平成20年度 流通システム標準化事業 普及説明会 テキスト

主催 : 経済産業省、(財)流通システム開発センター

後援 : 日本チェーンストア協会、日本スーパーマーケット協会

日本百貨店協会、日本チェーンドラッグストア協会

(社)日本アパレル産業協会

(財)食品流通構造改善促進機構

流通システム標準化事業 普及説明会

説明会のねらい

消費財の流通業界を取り巻く環境変化に柔軟に対応出来る、新たな流通情報システムの基盤整備が求められています。経済産業省では、流通サプライチェーン全体の取り組みが消費者に対して全体最適な仕組みとなるよう、製・配・販三層間の情報連携をスムーズに行うための「流通システム標準化事業」を推進しており、今年度はその最終年度となります。本説明会は、特に普及段階を迎えた「流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)」の各業界における取組みや事例を中心にご紹介します。

●開催都市と日程

札幌 仙台	8月22日(金)	札幌コンベンションセンター
仙台	9月19日(金)	仙台国際センター
	9月25日(木)	ルブラ王山
大阪	10月23日(木)	新梅田研修センター
高松	10月24日(金)	シンボルタワーオフィスサポートセンター
広島	11月27日(木)	メルパルク広島
福岡	11月28日(金)	エルガーラホール

●開催プログラム

NO	時間	テーマ	講師
1	13:30 ~ 14:00	流通BMSの本格的実用化と普及拡大に向けて	経済産業省(流通・物流政策室)
2	14:00 ~ 15:00	各業界の取組みについて (スーパー、百貨店、ドラッグストア)	(財)流通システム開発センター
3	15:15 ~ 16:00	流通BMS(Ver1.1)の導入と利用の概説	(財)流通システム開発センター
4	16:00 ~ 16:50	スーパー業界の導入事例紹介	導入企業 又は (財)流通システム開発センター

プログラム4のスーパー業界の導入事例紹介の講師は、以下の企業の方を予定しております。

札幌	イオンリテール(株)
仙台	(株)シジシージャパン
名古屋	ユニー(株)
大阪	イズミヤ(株)
広島	(株)平和堂
福岡	(株)ダイエー

・高松は流通システム開発センターにて導入事例紹介をいたします。

●主な対象者

- ・消費財流通に携わる小売業、卸売業、商品メーカー
- ・上記企業をサポートするIT関連企業やコンサルタント等

流通BMSの本格的実用化と 普及拡大に向けて

経済産業省(流通・物流政策室)



平成20年度 流通システム標準化事業 普及説明会

「流通BMSの本格的実用化と普及 拡大に向けて」

~標準の策定段階から普及段階へ!~

経済産業省 商務流通グループ 流通・物流政策室

下垣 広輝

本日の普及説明会の目的



- ①事業の狙いを正しく理解して頂くこと
- ②流通BMSを広く導入して頂くこと



経済産業省では「流通BMS」を日本の流通業におけるEDIの唯一の標準フォーマットとして、その普及拡大を強力に推進しています!

「流通BMS」とは?



■経済産業省主導の下、流通業界が一丸となって取り組んでいる「流通システム標準化事業」(平成18~20年度)において策定し、広く実導入を目指している次世代のEDI標準のこと。

次世代標準EDI



流通BMS (流通ビジネスメッセージ標準)

★ BMS=Business Message Standards

本日お話しさせていただく内容



- 1 事業の背景
- 2 事業の概要
- 3 事業の目指す姿
- 4 目指す姿の実現に向けて
- 5 今後の方向性
- 6 効果を出していくために
- 7 本日御出席の皆さまへのお願い
 - ・小売、卸、メーカーの皆さまへ
 - •ITベンダーの皆さまへ

1 事業の背景



1 流通業界の課題

情報連携が進まないことによる流通業界全体の非効率性



- ・ボトルネックの一つに情報共有手段の老朽化・陳腐化
- 情報交換の内容や方式の標準化の不徹底

標準化された新た な情報共有基盤が 必要だ!

2 流通業界における「標準」の不具合



- → 業界ごとに異なる複数の「標準化」の動き
- → 作るだけで、「使う」という意識が希薄



広く使われることのない「標準」が生まれて しまう!

3 今までの反省を踏まえ行き着いた結論

「<u>業種・業態を超え、ユーザー自らが作り、ユーザー自らが使い、</u> ユーザー自らが維持管理するユーザー主体の新標準の策定」

2 事業の概要 ~業界・商材の拡大~



【平成18年度】 まず、GMS・スーパー業界にて検討を開始(グロサリー、生鮮商材)

続いて、百貨店業界が検討を開始(アパレル、婦人靴商材)

【平成19年度】 チェーンドラッグストア業界が検討を開始(医薬品商材ほか)

【平成20年度】 ホームセンター業界が検討を開始予定

チェーント゛ラック゛ ストア業界 GMS・スーパー業界
(グロサリー商材における標準メッセージを先行策定)

百貨店業界











医薬品商材

グリー商材

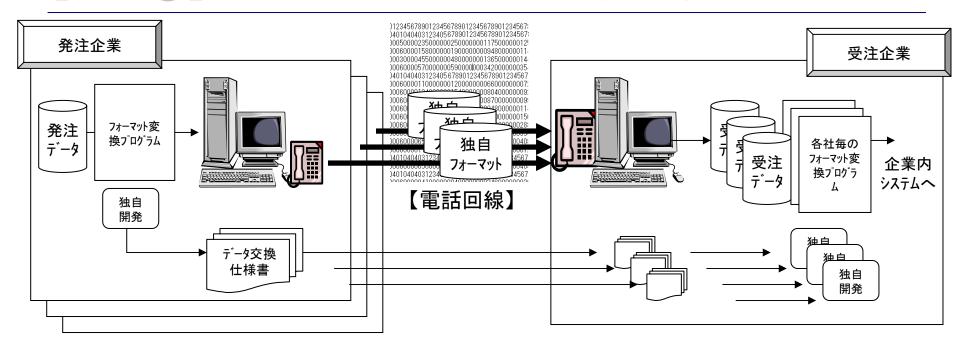
生鮮商材

アパレル商材

複数業界・複数商材による標準化 〜業界ごとの標準検討から流通業界全体での標準化検討へ〜

【参考①】これまでのEDI(JCA手順)の問題点 🥻





- ①各社各様であることによる取引先負荷の増大
 - ⇒ 企業間、業界間で無駄なシステム投資、非効率な業務対応が発生。
- ②遅い(電話回線を使用した半二重・同期式)、データ表現に限界(漢字・画像)
 - ⇒ さらなる物流効率化、ITの進展によるEDI業務の拡大、社会的要求 (例:食の安全・安心)への対応のボトルネック。
- ③専用モデムが必要だが、メーカーによる通信ボード・モデム等のハードウェア、ソフトウェアの提供が打ち切られつつある。導入保守は高価になる。

3 事業の目指す姿



「流通業界の情報共有・交換の基盤を再整備すること!」

■「流通業界唯一の」標準とする

JCA手順に代わる流通業界唯一の標準とし(ただこれまでの複数の標準化の流れを包含したものとする)、更なる業種・業態に展開を図る



■「使う」標準とする

- ユーザー主体による検討を前提(納得のいくまでユーザー同士で討議)
- ユーザー主体による標準維持体制の構築と継続的なメンテナンス体制の確立
- 標準使用による業務効率化の実現
- 新規取り組みテーマ(例:消費者への「安全・安心」情報提供等)のベースとしてのこの標準インフラ基盤の活用
 - → 経済産業省としても、次期事業においてこの標準インフラ基盤を活用した新たな政策展開を図っていく方針!

4 目指す姿の実現に向けて



意識していくべきポイント

「個」から「全体」への統一化(個別仕様の抑制)

→ ただし、現状業務は担保する(現状システムの担保ではない)

実運用の早期実現(作った標準をできるだけ早く使うとの意識)

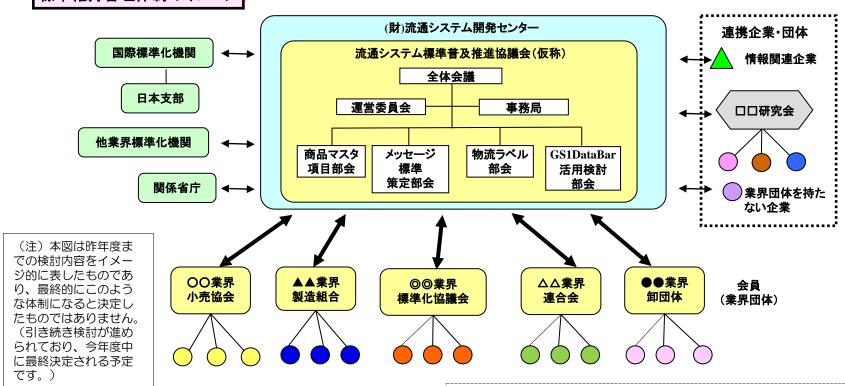
ユーザー主体による標準の維持管理

将来的な要件への備え

【参考②】標準維持管理体制の確立



標準維持管理体制のイメージ



- 〇:消費財流通の製・配・販に関わる企業(ユーザー企業) △:情報関連企業
- ■現在行っている経済産業省の「流通システム標準化事業」は、平成20年度で終了。
- ■本体制は、平成21年4月から発足予定。あくまでユーザー主体の組織体制。 (ただ、経済産業省としても、引き続き標準の普及拡大に向けた取り組みについてはバックアップしていく。)
- ■これまでの標準は、「ユーザーによる維持管理」ということが検討されず、普及につながってこなかった。
- ■今回は、経産省事業の中で、体制の素案を作るので、今後はユーザーの皆さまが、作った「標準」を自らがずっと使うものとして、守り育てていっていただきたい。「標準」の今後は、皆さまにかかっています!





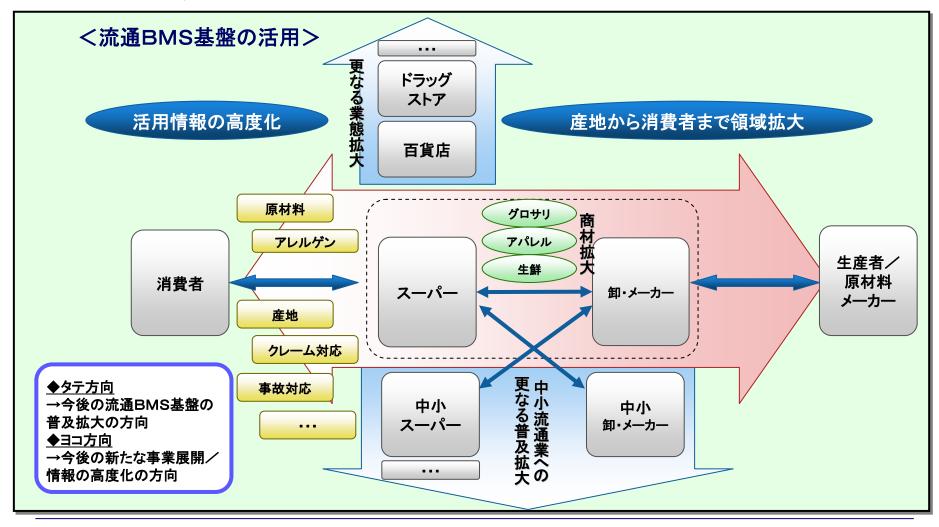
これら製配販の関係業界団体43団体が、流通システム標準普及推進委員会のメンバーとして、共に流通システム標準化事業に取り組んでいる。

【小売業団体】14団体	【卸売業団体】10団体	【製造業団体】13団体
全国医薬品小売商業組合連合会	全国菓子卸商業組合連合会	(財)家電製品協会
(社)全国スーパーマーケット協会	全国化粧品日用品卸連合会	(財)食品産業センター
(社)全国薬種商協会	全国酒類卸売業協同組合	(財)生活用品振興センター
日本小売業協会	(社)全国中央市場水産卸協会	全日本菓子協会
日本スーパーマーケット協会	(社)全国中央市場青果卸売協会	(社)全日本文具協会
日本生活協同組合連合会	(社)日本医薬品卸業連合会	(社)日本アパレル産業協会
(社)日本セルフ・サービス協会	(社)日本外食品卸協会	(社)日本玩具協会
(社)日本専門店協会	(社)日本加工食品卸協会	日本化粧品工業連合会
日本チェーンストア協会	日本ジェネリック医薬品販社協会	(社)日本スポーツ用品工業協会
日本チェーンドラッグストア協会	日本文紙事務器卸業団体連合会	日本石鹸洗剤工業会
日本百貨店協会		日本OTC医薬品協会
(社)日本フードサービス協会		日本歯磨工業会
(社)日本フランチャイズチェーン協会		(社)日本レコード協会
(社)日本ボランタリー・チェーン協会		
【製配販を網羅する団体】6団体		
(財)食品流通構造改善促進機構	日本医療機器産業連合会	(財)日本食肉流通センター
全日本履物団体協議会	日本出版インフラセンター	(社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会

5 今後の方向性(流通BMS基盤活用の方向性)



- ■流通BMS基盤活用情報の充実化・高度化
- ●経産省事業で確立した流通BMS基盤(高速道路)上でやりとりする情報(クルマ)の充実化・高度化を図る方向へ(例:消費者への付加価値『安全・安心』を提供)



6 効果を出していくために①

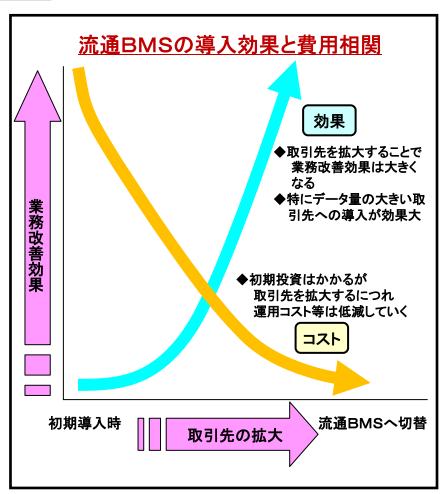


- ■全体利用と効果の関係(普及と効果の相関性)
 - → 利用が進めば、効果も相乗的に拡大する!

【導入効果】

- ◆インターネット回線の利用による 通信時間の削減
- ◆標準化による個別対応の削減
- ◆伝票レスによるコスト削減
- ◆物流業務効率の向上
- ◆取引先追加時の作業効率向上 など

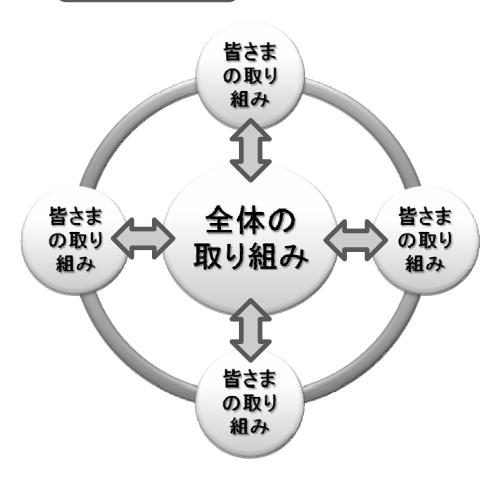
※投資対効果は取引先 拡大に伴い確実にUP する!



6 効果を出していくために②



標準化の相関図



「標準化」とは・・・

皆さまそれぞれの取り組みが、その まま全体の利益につながり、それが また皆さまそれぞれの利益に反映さ れるもの。



つまり・・

皆さまそれぞれが取り組んでいただいたことが、結果的に全体がハッピーになることにつながり、更には新たな動きへの対応投資にもなる!

「全員利用と厳密な運用」が ポイントです!



7 本日御出席の皆さまへのお願い

7-1 小売、卸、メーカーの皆さまへ



◆競争のポイントは変化しています!

情報化することが競争のポイントではありません。標準化された情報を如何に利用するかが競争のポイントです。

◆「流通BMS」が唯一の標準です!

- 「流通BMS」は、将来にわたって流通業界における唯一の標準であり、また、今後の拡張・発展は、全てこれがベースとなります。
- これは、流通業界と経済産業省が一丸となって取り組んでいるものです。皆さま、安心してお使いください。

◆みんなで使っていきましょう!

標準は作るものではなく使うものです。多くの企業で利用されることで効果は相乗的に拡大します。今こそが乗り換えの好機です。

◆標準化の議論に御参加を!

- ・「標準」は守り育てていくことで、初めてその効果が継続されるものです。
- ・誰かが作った標準を利用するだけでなく、標準策定の議論に是非御参加ください。

7-2 ITベンダーの皆さまへ



◆今後は「流通BMS」が日本における標準です!

- 「流通BMS」が日本の流通業における唯一のEDIの標準フォーマットです。
- ・安価なパッケージソフト、ASPサービス等の開発を是非ともよろしくお願いします。

◆「標準」を「標準」として使用することに御協力を!

- 「流通BMS」を改変することなく製品化してください。
- ・「個社仕様」を希望されるお客さまに対しても、「標準仕様」の重要性を御説明 いただき、是非とも「流通BMS」をお勧めください。

◆皆さまが普及のカギを握っています!

- いくら良い標準を作っても、それが利用する企業の皆さまにとって手軽に利用できるものでなければ、いつまでたっても幅広い普及は望めません。
- 現在、本事業において、中小の流通業の皆さまにおかれても、手軽に流通BMSの導入が可能になるモデルの検討を行っています。
- ITベンダーの皆さまにおかれては、それを踏まえたサービスの提供と、ユーザーのバックアップにつきましてもよろしくお願いします。



御清聴ありがとうございました。 m(_ _)m

各業界の取組みについて (スーパー、百貨店、ドラッグストア)

(財)流通システム開発センター

各業界の取組みについて (スーパー、百貨店、ドラッグストア)

財団法人流通システム開発センター

◆標準化活動を先導する3つの小売業態

現時点では、小売の業態として、スーパー業界で実用化され、百貨店業界、チェーンドラッグストア業界で標準化の検討が行われている。

小売業態	主なテーマ	平成18年度	平成19年度	平成20年度(予定)
スーパー	流通BMS	 スーパー業界に対応した流通BMSの検討(グロサリー、生鮮、アパレル) グロサリー商品で共同実証 流通BMS基本形Ver.1.0リリース 	・ グロサリー商品で実用開始 ・スーパー業界に対応した流通BMSの検討、精度向上(グロサリー、生鮮、アパレル) ・生鮮、アパレル商品で共同実証 ・流通BMS基本形 Ver1.1リリース ・流通BMS生鮮Ver1.0リリース	 ・生鮮、アパレル商品で実用開始 ・スーパー業界に対応した流通BMSの検討、精度向上(グロサリー、生鮮、アパレル) ・新規メッセージに関する共同実証 ・流通BMSバージョンアップ版リリース ・中小企業向け普及策の検討 ・流通BMSに対応した物流ラベル標準の検討
	商品マスタ同期化	・グロサリー商品で共同実証	・グロサリー商品で実用開始	_
百貨店	流通BMS	・百貨店に対応した流通BMSの検討(アハ [°] レル、婦人靴)	・百貨店に対応した流通BMSの検討(精 度向上) ・流通BMSの拡張性に関する検討	・アパレル、婦人靴商品での共同実証実施 ・百貨店に対応した流通BMSの検討(精度向上) ・流通BMSの拡張性に関する検討
チェーンドラッグスト ア	説明文書情報	・同期化の仕組みの適用可能性、適用効果について予備調査	・説明文書情報に対応したマスタ項目の 検討 ・説明文書情報の伝達方策の検討	説明文書情報伝達に関する共同実証の実施説明文書情報に対応したマスタ項目の検討
	商品マスタ同期化		・一般用医薬品に対応した標準マスタ項 目の検討(グロサリー商品向けの標準項 目をベース) ・商品マスタ情報の伝達方策の検討	・商品マスタ情報の伝達に関する共同実 証の実施 ・一般用医薬品に対応した標準マスタ項 目の検討(精度向上)
	流通BMS	_	・チェーンドラッグ業界に対応した流通 BMSの検討(基本形Ver1.1をベース)	流通BMSに関する共同実証の実施・チェーンドラッグ業界に対応した流通 BMSの検討(基本形Ver1.1をベース)

1. スーパー業界の現状

2. 百貨店業界の現状

3. チェーンドラッグストア業界の現状

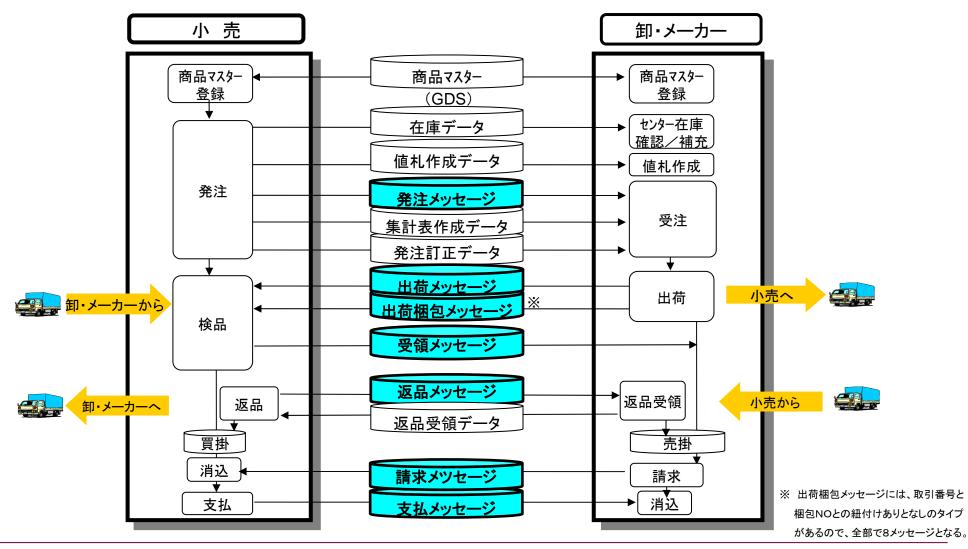
スーパー業界における標準化推進の経緯

大手量販店および食品スーパーを中心とするスーパー業界では、平成18年度 に流通BMS基本形Ver1.0をリリース。さらに平成19年度は、アパレルに対応した 基本形のバージョンアップと、生鮮対応版である流通BMS生鮮Ver1.0をリリース

- 平成19年4月 ・小売(4社)、卸(9社)による共同実証を経て、グロサリー分野(加工食品、 日用品など)を対象とする「流通BMS基本形Ver1.0」をリリース。
 - アパレル分野における標準メッセージ案を策定。
 - 生鮮食品分野における、標準メッセージ案および青果標準商品コード原案 を策定。
- 平成20年4月 ・小売(7社)、卸(アパレル=6社、生鮮=4社)による共同実証を経て、
 - *基本形にアパレル要件を追加した「流通BMS基本形Ver1.1」
 - * 生鮮食品に対応した「流通BMS生鮮Ver1.0」 をリリース。
 - ・生鮮食品分野として、青果標準商品コードリスト展開および食肉標準商品 コード原案を策定。

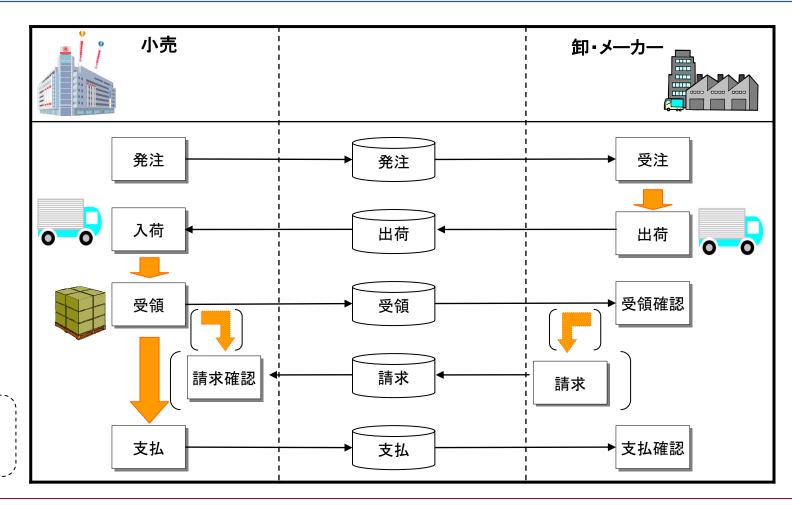
平成18年度 流通BMS基本形Ver1. 0を公開

グロサリーに対応した、6業務8メッセージからなる流通BMS基本形Ver1. Oを公開



ターンアラウンド型受発注業務モデルを前提

流通BMSは、小売業と卸・メーカー間で受注・出荷・受領をやりとりする、ターンアラウンド型 受発注モデルを前提とする。発注で付番される取引番号を、出荷、受領、請求、支払の各メッセージへ引継ぐことにより、取引番号をキーとして発注から支払までの取引の追跡が可能。



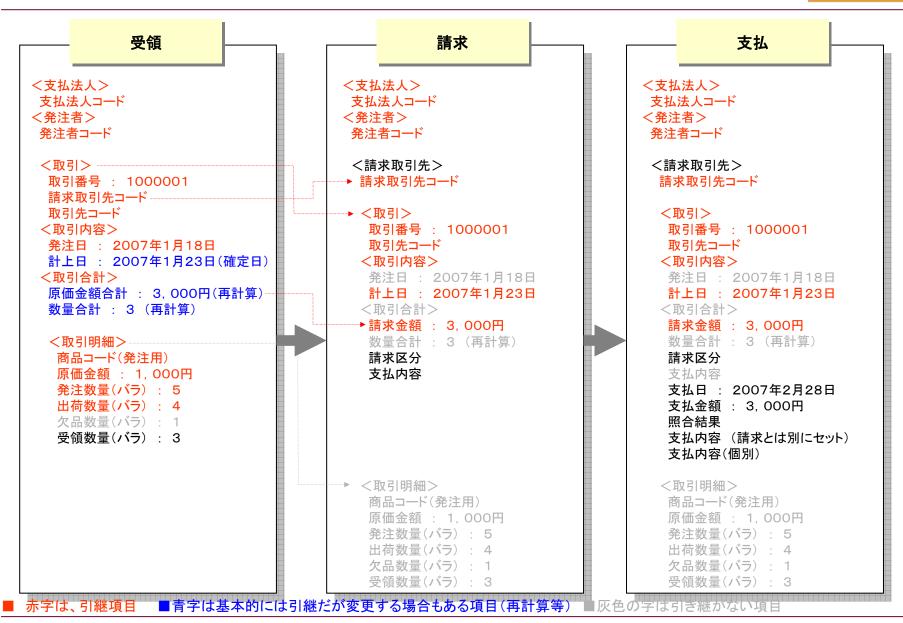
項目の

発注・出荷・受領メッセージ間における項目の引継ぎについて、一部例を示します。 赤字の部分については、前のメッセージでセットされた値が後のメッセージに引き継がれます。

発注 出荷 受領 く支払法人> く支払法人> く支払法人> 支払法人コード 支払法人コード 支払法人コード く発注者> く発注者> く発注者> 発注者コード 発注者コード 発注者コード <取引> <取引> <取引> 取引番号 : 1000001 取引番号: 1000001 取引番号: 1000001 請求取引先コード 請求取引先コード 請求取引先コード 取引先コード 取引先コード 取引先コード <取引内容> <取引内容> <取引内容> 発注日 : 2007年1月18日 発注日: 2007年1月18日 発注日: 2007年1月18日 計上日 : 2007年1月20日(予定日) 計上日 : 2007年1月20日(予定日) 計上日 : 2007年1月23日(確定日) <取引合計> <取引合計> <取引合計> 原価金額合計 : 5,000円 原価金額合計 : 3.000円(再計算) 原価金額合計 : 4.000円(再計算) 数量合計 : 5 数量合計 : 4 (再計算) 数量合計 : 3 (再計算) <取引明細> <取引明細> <取引明細> 商品コード(発注用) 商品コード(発注用) 商品コード(発注用) 原価金額 : 1,000円 原価金額 : 1,000円 原価金額 : 1,000円 発注数量(バラ):5 発注数量(バラ):5 発注数量(バラ):5 出荷数量(バラ): 4 出荷数量(バラ): 4 欠品数量(バラ): 1 欠品数量(バラ): 1 受領数量(バラ): 3 <取引明細> <取引明細> 〈取引明細〉

■ 赤字は、引継項目 ■青字は基本的には引継だが変更する場合もある項目(再計算等) ■灰色の字は引き継がない項目

(参考)ターンアラウンド型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ

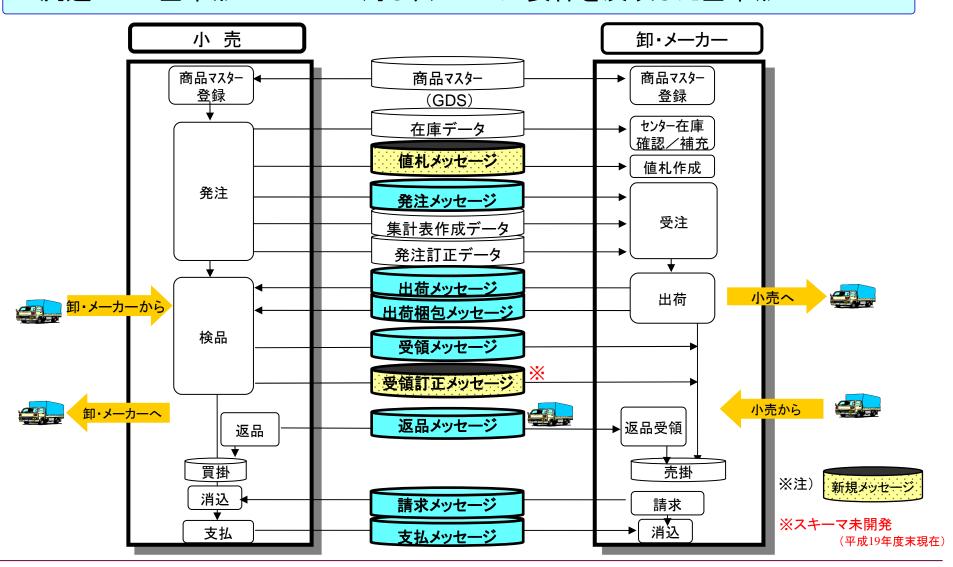


平成19年度のバージョンアップ内容

流通BMS基本形Ver1. Oに対し、アパレル要件を反映した基本形Ver1. 1と生鮮食品要件を反映した生鮮Ver1. Oをリリース

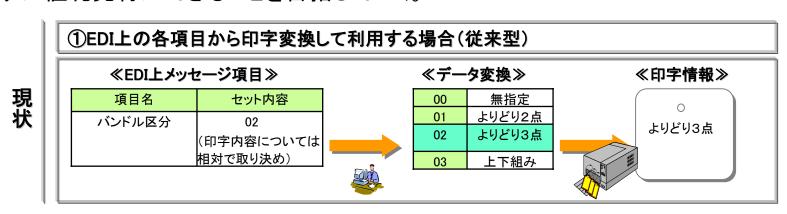
平成19年度 流通BMS基本形Ver1. 1を公開

流通BMS基本形Ver1. Oに対し、アパレル要件を反映した基本形Ver1. 1



値札に印字する情報を印字イメージのまま値札メッセージにセットすることで、 小売、アパレル双方の業務の改善を推進

- ●従来の値札メッセージでは、個別のメッセージにより情報を受渡し、値札発行側で印字内 容の変換と加工(組合わせ)を行っていた。
- ●標準値札メッセージでは印字イメージをそのまま受け渡すことを推奨とし、変換加工を行わ ずに値札発行ができることを目指していく。

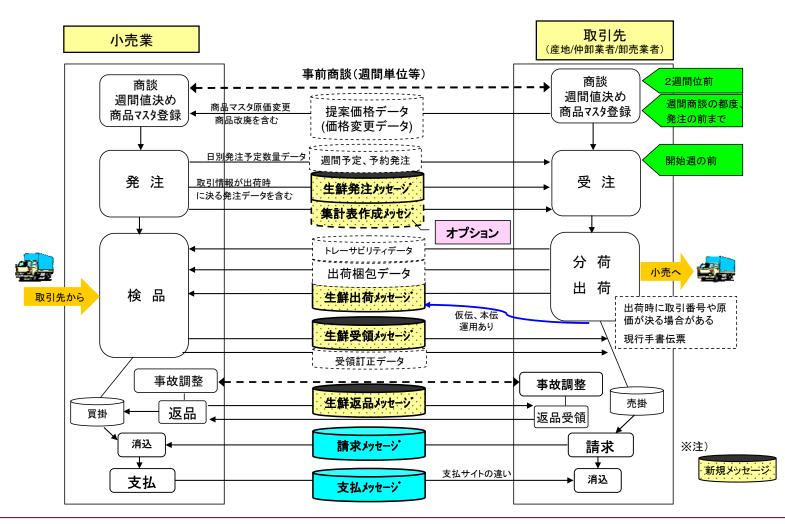


②印字情報そのものをEDI項目としてセットする場合(推奨セット方法) ≪EDI上メッセージ項目≫ ≪印字情報≫ 項目名 セット内容 変換加工なし バンドル情報 よりどり3点 よりどり3点

今後

平成19年度 流通BMS生鮮Ver1. Oを公開

生鮮食品を対象にEDIを実施するための要件を反映した生鮮発注、生鮮出荷などからなる流通BMS生鮮Ver1.0を公開



(参考)流通BMS生鮮Ver1.0に追加されたメッセージ項目①

不定貫商品、生鮮固有の業務プロセス、商品属性に対応した項目を追加

①不定貫商品の取引に対応した項目

項目名称	項目の意味
不定貫区分	定貫・不定貫を表す
単価登録単位	不定貫の場合の取引単位 (ex. 1Kgあたり/100gあたり)
発注重量·出荷重量·受領重量·返品重量	不定貫の場合の取引重量
重量合計	不定貫の場合の取引重量合計

[※]不定貫商品とは、100gや1Kgなど単位重量で取引価格が設定されている商品。商品の重量(と数量)に応じて取引価格が確定する。

②生鮮固有の取引(出荷時に商品、原価等が決まるまたは変わる等)に対応した項目

項目名称	項目の意味
元取引番号•元取引明細番号	取引番号が追加/変更になった場合の元の取引番号
出荷者管理番号·出荷者管理明細番号	発注に対し、出荷者側で管理する番号
取引番号有無区分	取引のタイプ、取引番号の発番基準を表す
商品コード(出荷元)	ソースマーキングされた生産者コード
仮伝フラグ	仮の単価を表す、正式には後日確認を取ってから

(参考)流通BMS生鮮Ver1.0に追加されたメッセージ項目②

③商品属性項目(生鮮に特有な商品属性項目として必要に応じて利用)

項目名称	項目の意味
都道府県コード・国コード・産地名	
水域コード・水域名	原産地を指定して発注する場合の産地や水域を表す
原産エリア	(ex. 鹿児島産、東シナ海、焼津港etc)
等級	商品のグレードを表す (ex. A、B etc)
階級	商品のサイズを表す (ex. 2L、L etc)
銘柄	産地銘柄
商品PR	商品特性 (ex. 朝取り、土付き etc)
取引単位重量	卸売市場等で取引される単位重量(ex. 5Kg、10Kg etc)
バイオ区分	商品栽培時のバイオ技術適用/非適用(遺伝子組換え)
入数	出荷単位の荷姿入数
商品重量	発注数量(バラ)1個当たりの容量を表す。内容量。
品種コード	食肉用の品種 (黒毛和種 etc)
養殖区分	養殖•天然
解凍区分	解凍・解凍以外
商品状態区分	活・チルド・冷凍・常温・冷蔵
形状•部位	セット・・ロース・・大トロ・・・etc
用途	生食用·加熱用etc

生鮮標準商品コード

生鮮メッセージの標準化と併せて標準商品コードの検討を進め、平成19年度までに青果標準商品コードの体系とコード展開および食肉標準商品コード原案を策定

- 生鮮における商品コードの種類と方向性 現状のインストアコード中心から、共通的な商品コード(生鮮標準商品コード、標準JANコード)を 利用した運用へ
 - ① インストアコード(小売独自規格商品)
 - ② 生鮮標準商品コード(共通商品、汎用品)
 - ③ 標準JANコード(JANソースマーキング商品)
- 生鮮標準商品コードの前提
 - 生鮮業界で制定されている生鮮共通商品コードとの整合性を考慮
 - 小売業とその取引先間の汎用品のEDI取引における利用を想定
 - 青果標準商品コードは、汎用品の青果物に関してEDIを中心に販売でも使用できることを想定
 - 発注に先立ち、詳細な商品規格は商談である程度決定
 - 標準商品コードに含める規格は、商談時の商品を区別できる最小限のものに絞り込み
 - 標準商品コードで不足する規格などの情報は、必要に応じてメッセージ上の商品属性を追加指定

(参考)標準商品コード(青果標準商品コード)

青果標準商品コードは、標準品名コードに栽培方法等区分、規格を付加して構成する

4922+ <u>標準品名コード</u> + <u>栽</u>	培方法等区分位	<u>(P)</u> + <u>規格(VS)</u> +cd
1	2	3

- ① 標準品名コード(5桁)
 - ・青果物の品目、品種を表すコード
 - ・青果業界の川上・川中で使用されている標準品名コードに準拠
- ② 栽培方法等区分(1桁)
 - 0:指定なし 1:有機 2:特別栽培 3:無袋(サン) 4:ハウス 5:マルチ 6:輸入 7~9:(リザーブコード)
- ③ 規格(2桁)

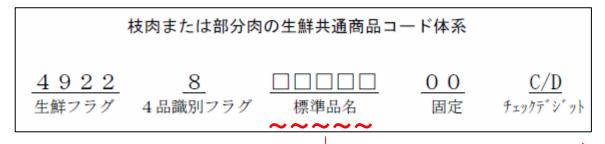
栽培方法等区分の範囲によって下記のとおり設定

- ・P=0~6:汎用的、共通的な流通規格および主要販売規格を各1桁の 商品形態コード(V)と階級コード(S)を組み合わせて表現 XX=商品形態コード(V)+階級コード(S)
- ・P=7~9:上記以外の共通販売規格中心(今後、必要に応じて整備) XX=品目ごとにコード化
- ※ 規格(VS)=00は青果共通商品コードに相当

商	品 名 称	青果標準商品コード
ペジフルコード 標準品名	栽培方法等(P) 商品形態(V) 階級(S)	4922 標準品名 P V S c/d
30100 だいこん		4922 30100 0 0 0 7
だいこん	原体(ハーフ) S	4922 30100 0 0 2 1
だいこん	原体(ハーフ) M	4922 30100 0 0 3 8
だいこん	原体(ハーフ) L	4922 30100 0 0 4 5
だいこん	原体(ハーフ) 2L	4922 30100 0 0 5 2
だいこん	原体(ハーフ) 3L	4922 30100 0 0 6 9
だいこん	原体(ハーフ) 4L以上	4922 30100 0 0 7 6
だいこん	原体(ハーフ) その他	4922 30100 0 0 9 0
だいこん	原体(レギュラー)	4922 30100 0 1 0 6
だいこん	原体(レギュラー) S	4922 30100 0 1 2 0
だいこん	原体(レギュラー) M	4922 30100 0 1 3 7
だいこん	原体(レギュラー) L	4922 30100 0 1 4 4
だいこん	原体(レギュラー) 2L	4922 30100 0 1 5 1
だいこん	原体(レギュラー) 3L	4922 30100 0 1 6 8
だいこん	原体(レギュラー) 4L以上	4922 30100 0 1 7 5
だいこん	原体(レギュラー) その他	4922 30100 0 1 9 9
だいこん	1/2本	4922 30100 0 2 0 5
だいこん	1/2本 S	4922 30100 0 2 2 9
だいこん	1/2本 M	4922 30100 0 2 3 6
だいこん	1/2本 L	4922 30100 0 2 4 3
だいこん	1/2本 2L	4922 30100 0 2 5 0
だいこん	1/2本 3L	4922 30100 0 2 6 7

(参考)標準商品コード(食肉標準商品コード原案)

食肉標準商品コードは、生鮮共通商品コード体系をベースにコード案を作成



畜種	枝肉および部分肉					
牛、豚、鶏	X □ □ □ 畜種 部位コート '0'または 自由使用					
上記以外の畜種(羊、鴨など)	X X □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □					

<標準品名の例>

牛、豚、鶏 畜種 1(和牛) 部位 102(枝肉セット) ↓ 標準品名 11020 和牛枝肉セット 羊、鴨 畜種 83(羊) 部位 322(かたロースS) ↓ 標準品名 83322 羊かたロースS

■和牛の食肉標準商品コードサンプル

■国産豚の食肉標準商品コードサンプル

4922811000009	和牛枝肉	4922841000000	国産豚枝肉
4922811010008	和牛セット	4922841010009	国産豚セット
4922812010007	和牛半丸セット	4922842000009	国産豚半丸枝肉
4922813210000	和牛ネック付きかたロース	4922843160009	国産豚ネック・すねなしかた
4922814100003	和牛ともばら	4922845300007	国産豚ヒレ

平成20年度 検討目標および検討状況

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

20年度はこれまでの活動をさらに進め、JCA手順メッセージからの早期移行および流通BMSの普及拡大を基本方針として、課題の設定と検討を推進中

▶ スーパー業界における標準化検討

スーパー業界における以下の主要な継続検討課題、未検討課題の業務プロセスやメッセージに対 する検討を進めている。

- ① 共通課題
 - 伝票レス

伝票レスに関わる将来的な消費税法上の要件などについて調査、研究中。

- 発注予定メッセージ
 - 週間や年末年始時などで、事前商談として目安となる発注予定を伝達するためのメッセージについて検討中。
- •受領訂正メッセージ 昨年度検討した受領メッセージの精度向上を検討中。
- •情報共有系メッセージ 商品マスタ、納品提案、POS情報などの情報共有系メッセージについて検討中。
- ②卸関連課題
 - ・共同実証に向けて、昨年度検討した預り在庫型センターに関わる納品プロセスとメッセージ案の精度向上およびガイドラインについて検討中。
 - (※預り在庫型センター:卸やメーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸に運営委託しているセンターで、予め商品を卸やメーカー在庫として保管している)

平成20年度 検討目標および検討状況

③アパレル関連課題

- ・納品提案メッセージ、および消化取引に関わるプロセス、メッセージについて検討中。
- 4生鮮関連課題
 - ・水産物における標準商品コード、および食肉個体識別番号管理のあり方などについて検討中。

▶ スーパー業界、卸業界、アパレル業界及び生鮮業界の共同実証

今年度検討したプロセス、メッセージについて、先行企業が共同で実装作業を行い標準システム課題の解決を図ると共に、標準化された導入手順(ガイドライン)の精度向上を図り更なる普及促進を行う。(下半期より順次予定)

▶ 物流ラベル標準化検討

平成19年度流通システム標準化事業(次世代標準EDIに対応した物流ラベル等の標準化に関する調査研究)での成果を参考に、スーパー業界での流通BMSと連携した標準業務モデルの策定と、物流に関わる帳票類において標準化を検討中。

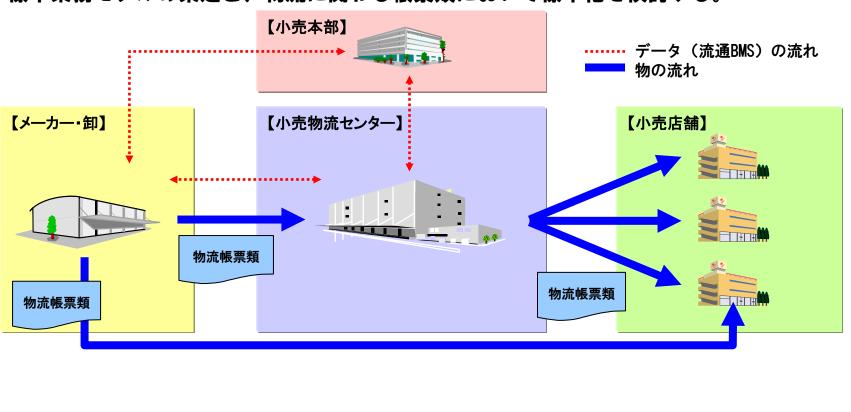
▶ 中小流通業への普及検討

平成19年度流通システム標準化事業(次世代標準EDIの中小流通業者への適用に関する調査研究)での成果を参考に、流通BMS等を中小規模の流通業者(主にスーパー業界とその取引先となる業界)での活用のための検討を実施中。

(参考)物流ラベル標準化検討

◎活動目的:

・平成19年度流通システム標準化事業(次世代標準EDIに対応した物流ラベル等の標準化に関する調査研究)での成果を参考に、スーパー業界での流通BMSと連携した標準業務モデルの策定と、物流に関わる帳票類において標準化を検討する。



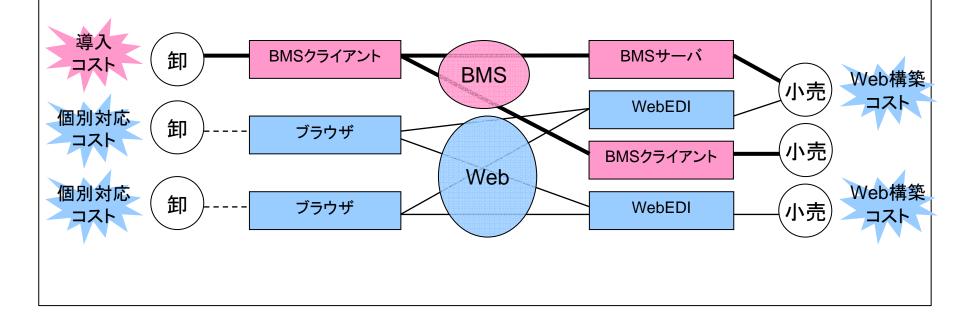
(参考)中小流通業への普及に関する検討

◎活動目的:

・平成19年度流通システム標準化事業(次世代標準EDIの中小流通業者への適用に関する調査研究)での成果を参考に、流通ビジネスメッセージ標準等を中小規模の流通業者(主にスーパー業界とその取引先となる業界)での活用のための検討を実施する。

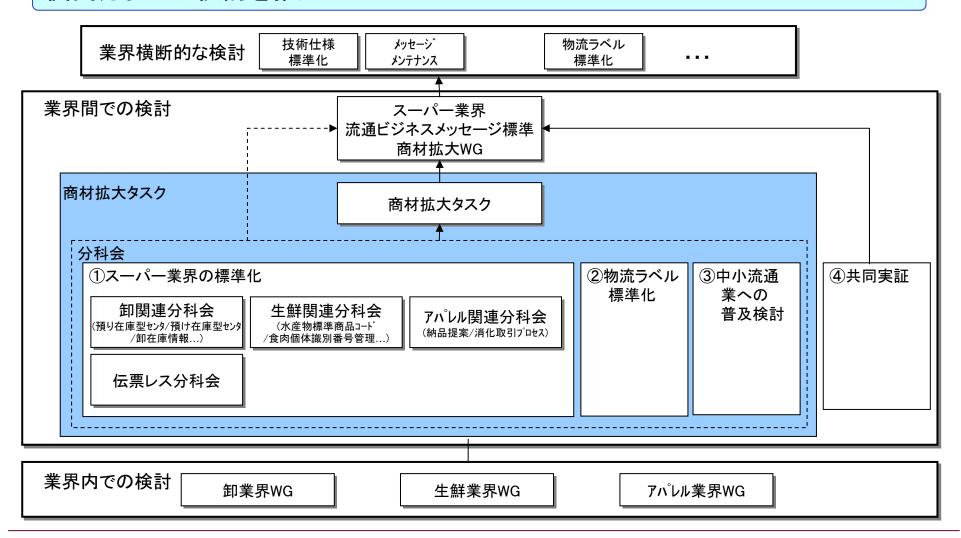
◎活動内容:

- ・実態調査を実施し、WebEDIの課題の顕在化およびコスト面の整理を行う。
- ・上記の調査結果に基づき、あるべき姿を検討し、方向性を導き出す。



平成20年度 検討体制

小売業(スーパー、GMS)とその取引先(グロサリー卸、生鮮卸、アパレル)が 役割分担して検討を推進



参加メンバー企業一覧

◎小売業

- イオン株
- (株)近商ストア
- ㈱西友
- (株)東急ストア
- ・(株)ヤオコー

- ・イズミヤ(株)
- ・サミット(株)
- ・全日本食品㈱
- ㈱平和堂
- ユニー(株)

- ・(株)イトーヨーカ堂
- ・(株)シジシージャパン
- ・(株)ダイエー
- (株)マルイ
- ・(株)ライフコーポレーション

◎卸売業

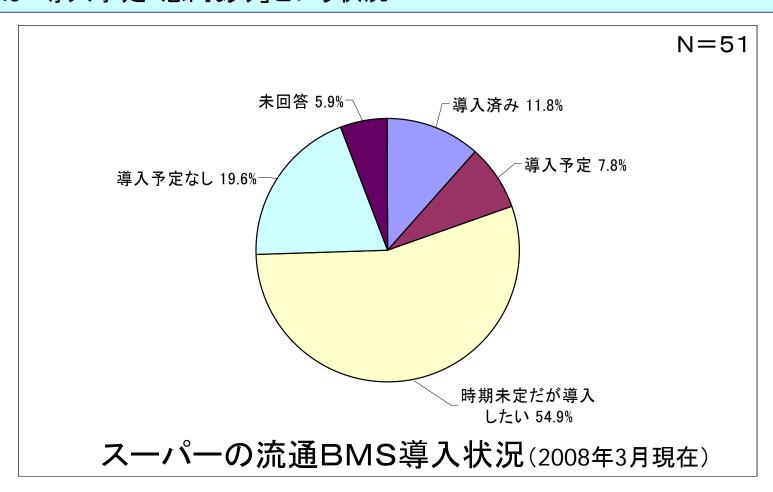
- (株)あらた
- 花王カスタマーマーケティング(株)
- (株)トーカン
- ㈱山星屋

- ・伊藤忠食品㈱
- 国分㈱
- ・(株)パルタックKS
- ㈱菱食
- トリンプ・インターナショナル・ジャパン(株)
- 株・サウン
- ・JA全農ミートフーズ(株)
- 東京都水産物卸売業者協会

- ・(株)ワコール
- 全国中央市場青果卸売協会

スーパー業界における現在の導入状況

JCA/JSAの調査によると、スーパー業界では8割以上の企業が「導入済み」あるいは「導入予定・意向あり」という状況



※ JCA:日本チェーンストア協会

JSA: 日本スーパーマーケット協会

1. スーパー業界の現状

2. 百貨店業界の現状

3. チェーンドラッグストア業界の現状

百貨店業界における標準化事業推進の背景

百貨店におけるEDIでの取引規模は、全体平均で20%前後の取引規模に留まっており、普及道半ばの状況にある。特に中小規模の地方百貨店では、EDI化の取り組みが遅れている

商品カテゴリ	平均
衣料品	20.9%
雑貨	21.7%
リビング	19.0%
食料品	22.9%

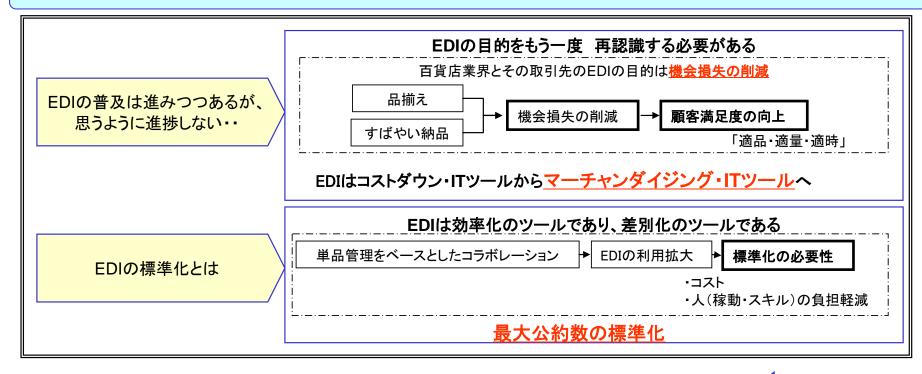
表: EDI実施状況(2006年版百 貨店IT白書より抜粋)

EDI普及の阻害要因(抜粋)

- ◆ 業界内に複数の標準メッセージが存在しているため、導入する際のコスト要因、阻害要因となっている。
- ◆ 既存の標準メッセージは、<u>膨大な数のメッセージ項目</u>が定義されており、また、企業毎に異なる項目を 同じ意味で利用していたり、同一項目を異なる意味で利用しているといった運用上の乱れも存在しているため、 利用各社間でのメッセージ項目マッピング作業に手間がかかる。
- ◆ 従来のEDIは、買取型取引を前提に標準メッセージが開発されており、受発注を主体としたEDIメッセージが存在している。 そのため、消化型取引においては、買取型取引用のメッセージを流用して利用するといった対応を行っている。
- ◆ 業界全体へのEDIの拡大を目指す際に、特に<u>中小規模の地方百貨店や中小規模の取引先</u>において、 取り組みが遅れている状況にある。
 - ・ 単品管理/商品マスタの装備の遅れ
- ・ システム投資が大きい割にメリットが少ない(投資対効果)

本事業の目的の整理(平成18年度)

EDI標準化の目的の整理からスタートし、『EDIのMDへの活用』、『最大公約数的な標準化』、『実際に利用すること』という3つを重要なポイントとして確認



百貨店次世代EDIのテーマ

- · 付加価値(マーチャンダイジングITツールとしての活用)がでる取り組み
- ・ 標準とは、最小公倍数ではなく、最大公約数にまとめる =大同小異



標準化のロードマップ

3ヵ年事業として、メッセージ標準案の検討を行い、平成20年度に『次世代EDIの 実導入に向けた共同実証』という、次世代EDIメッセージを具現化し、利用していく ための具体的な導入フェーズに到達することが目標

平成18年度

百貨店業界における EDIの現状整理と標準化

- ◆百貨店業界におけるEDIの現状把握 と課題の整理
- ◆百貨店、アパレル・婦人靴間の業務 プロセスの標準化(買取型、消化型)
- ◆百貨店、アパレル・婦人靴間の標準 メッセージの策定 (商品マスタ~検品受領:15Msg)
- ◆GMS、アパレル間で策定されたメッセージとの比較と差異の把握
- ◆普及に向けたロードマップの作成

平成19年度

標準メッセージの完成と電子タグとの融合検討

- ◆ 百貨店業界、アパレル・婦人靴 業界間メッセージの精度向上 及び新規メッセージ策定 (仕入計上、POS売上など:11Msg)
- ◆ 拡張性の検討
 - ・納品代行業者が介在する場合の メッセージのあり方検討
 - ・商品マスタと次世代EDIの関係 についての検討
- ◆ 電子タグの情報と次世代EDIの あり方の検討
- ◆ 変更要求

平成20年度

次世代EDIの実証

次世代EDI実導入に向けた共同実証

- ◆ 共同実証
 - ①実証のための準備
 - ②実証
 - ③報告書の作成
- ◆ 変更要求
- ◆ 次世代EDIの拡張性の検討

平成18年度、平成19年度の検討内容と到達点

平成18年度、平成19年度の活動を通して、『百貨店』と『アパレル・婦人靴』業界間の<u>業務プロセスを定義</u>、そのプロセスに基づいたメッセージを完成し、利用ガイドラインを整備

平成18年度

百貨店業界における EDIの現状整理と標準化

- ◆百貨店業界におけるEDIの現状把握と 課題の整理
- ◆百貨店、アパレル・婦人靴間の業務 プロセスの標準化(買取型、消化型)
- ◆百貨店、アパレル・婦人靴間の標準 メッセージの策定 (商品マスタ~検品受領:15Msg)
- ◆GMS、アパレル間で策定されたメッセージ との比較と差異の把握
- ◆普及に向けたロードマップの作成

平成19年度

標準メッセージの完成と電子タグとの融合検討

- ◆ 百貨店業界、アパレル・婦人靴 業界間メッセージの精度向上 及び新規メッセージ策定 (仕入計上、POS売上など:11Msg)
- ◆ 拡張性の検討
 - ・納品代行業者が介在する場合の メッセージのあり方検討
 - ・商品マスタと次世代EDIの関係に ついての検討
- ◆ 電子タグの情報と次世代EDIの あり方の検討
- ◆ 変更要求

アウトプット

百貨店業界ーアパレル ・婦人靴業界 メッセージ集

百貨店業界ーアパレル ・婦人靴業界

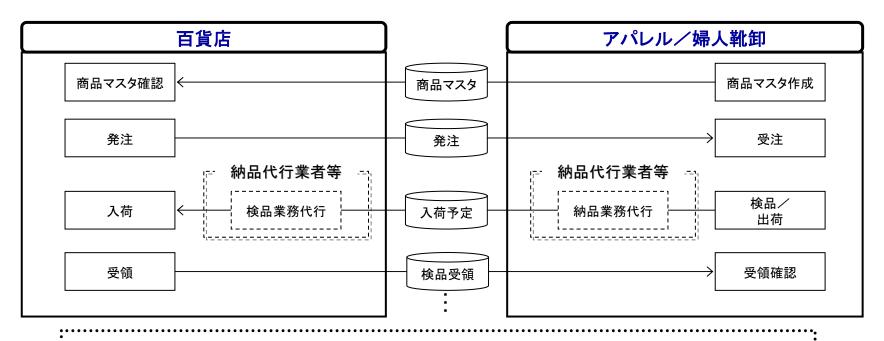
流通ビジネスメッセージ 利用ガイドライン

百貨店業界における 次世代EDI標準化事業

調査研究報告書

(参考)標準化検討の対象企業(プレーヤー)

百貨店ーアパレル/婦人靴卸間の取引を対象とする。ただし、納品代行業者等が業務を代行する際、納品代行業者等も本EDIメッセージの送受信を代行可能



納品代行業者等をプレーヤーとして定義していない理由は以下の通り。

- (i)現状のEDIにおいて、特に百貨店⇔納品代行、卸・メーカ⇔納品代行における 特有のメッセージはなく、特別に加工してメッセージを送っているケースも ほとんど存在しないため。
- (ii)納品代行の業務は、百貨店または卸・メーカのどちらかの作業を代行しており、 EDIプロセスのプレーヤーとしての特殊性はないため。

ビジネスプロセスの整理として、<u>買取型ビジネスプロセスと消化型ビジネスプロセス</u> <u>ス</u>について検討を進め、各ビジネスプロセスを、買取型EDI業務モデルと消化型 EDI業務モデルとして整理

買取型ビジネスプロセス

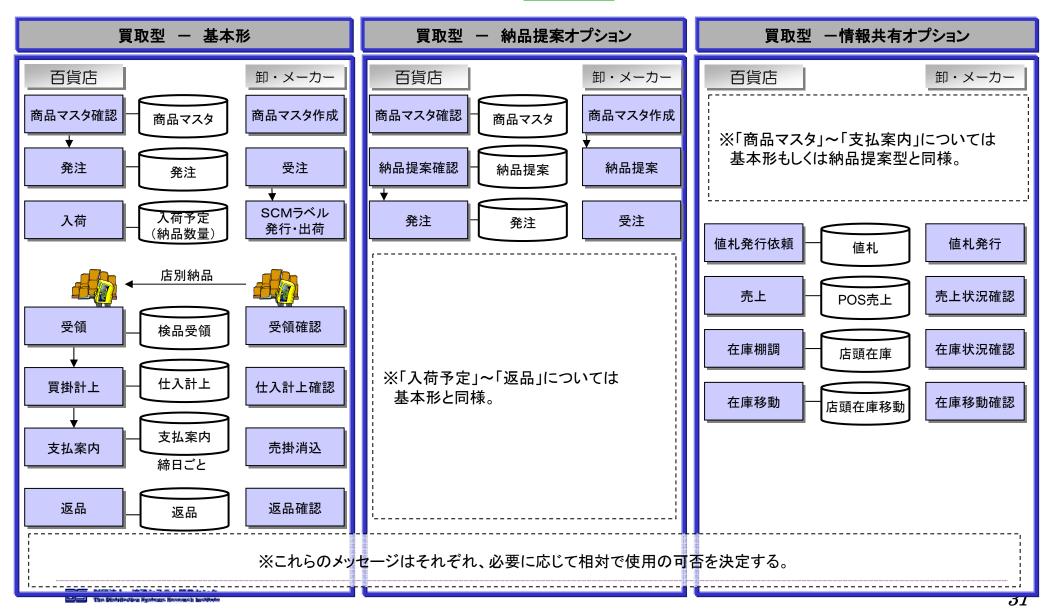
- ◆ 買取型ビジネスプロセスとは、契約(発注)した商品を百貨店が仕入計上する取引形態のことを表す。
- ◆ 一般的には、百貨店が発注を行った商品に対して、卸・メーカーが商品を手配・出荷し、 百貨店が検品し、仕入計上を行った時点で商品の所有権や在庫の管理責任が百貨店に 移る。
- ◆ 返品条件付買取のように一旦百貨店が 仕入・販売し、売れ残った商品については、 一定の条件の元で返品が認められるような 取引形態についても、買取型ビジネスプロセ スの中で定義する。

消化型ビジネスプロセス

- ◆ 消化型ビジネスプロセスとは、卸・メーカーの商品を百貨店が販売し、売上データに基づいて仕入・支払を行う取引形態のことを表す。
- ◆ 一般的には、売上発生時に初めて商品 の所有権や管理責任が百貨店に移る。

(参考)買取型EDI業務モデル

◆ 買取型のEDIビジネスプロセスを以下のように、買取型EDI業務モデルとして整理した。



(参考)消化型EDI業務モデル

◆ 消化型のEDIビジネスプロセスを以下のように、消化型EDI業務モデルとして整理した。



平成18年度、平成19年度の検討内容(メッセージの拡張性)

流通BMSの適用範囲の拡張に向けて、(1)納品代行業者が介在するプロセス、(2) 商品マスタデータ同期化との関連性、(3)電子タグ情報との融合の可能性、につい て検討

- (1) 納品代行業者が介在する場合の業務プロセスモデルの整理と 次世代標準EDIメッセージの検討
 - ◆ 納品代行業者が介在する場合のビジネスプロセスを整理した。 また、必要に応じて、標準メッセージのあり方についての検討を行った。



- (2) 商品マスタデータ同期化事業と次世代標準EDIの関係についての検討
- ◆ アパレル商材を対象に、平成18年度の商品マスタ同期化事業による 成果物との項目比較を行い、百貨店業界、アパレル業界に与えるメリットを確認 することにより、商品マスタのあり方を検討した。



- (3) 電子タグ情報と次世代標準EDIの融合に関する検討
 - ◆ 百貨店業界で電子タグの導入が進んでいる「婦人靴商材」を対象に、 電子タグの情報と次世代標準EDIを連携させることによって、 業務の効率化が図れないか、「個品管理」と「単品管理」の観点から検討した。



新たなEDI標準策定の普及拡大に向けた留意点

流通BMSが百貨店業界で広く使われるために(1)メッセージフォーマットを最大公約数的に標準化、(2)消化型取引などもEDI化対象とする、(3)中小、地方百貨店でも使いやすい形式とする、という点に留意して標準を策定

- 1. メッセージフォーマットの統一
- ~ よりシンプルに ~
- 各社各様のEDIメッセージの存在が導入・運用コストの増加を招き、EDI拡大の阻害要因となっている。
 - ⇒ <u>最大公約数的な標準化</u>による導入・運用コスト削減 (例:発注メッセージ 151項目⇒71項目へ)
 - 2. EDIの対象範囲の拡大
- ~ 消化型取引もダラーの取引も ~
- 既存EDIの適用範囲が限定的で、現在・将来のビジネスモデルに合わない。
 - ⇒ 消化型を考慮したビジネスプロセスやメッセージの策定
 - ⇒ 必ずしも単品ではない(ダラー管理)を考慮したメッセージの策定
 - ⇒ 必ずしも発注を起点としないビジネスプロセスやメッセージの検討



- 3. 中小企業、地方百貨店への拡大
- ~ 初心者にも取り組み易い ~
- 既存EDIは中小企業にはハードルが高い。(複雑すぎる、導入費用が高い)
 - ⇒ 中小企業の参入障壁を取り除くため、<u>簡易メッセージを策定</u> (商品マスタ(PLU)、納品数量、POS売上(商品コード別集計))
 - ⇒ メッセージが標準化されることにより、中小企業向けの安価なパッケージが開発される可能性。

新たなEDI標準導入のメリット

流通BMS導入のメリットとして、(1)商品マスタ管理負荷削減、(2)重複業務等の削減、(3)支払業務の効率化、(4)通信インフラの効率化などを期待

1. 商品マスタ管理負荷の軽減

~ 取引先の負荷を少なく ~

- 取引先において、百貨店ごとの商品マスタを作成する業務が負担になっている。
- マークダウン時の処理が煩雑である。
 - ⇒ メッセージ項目の標準化による商品マスタ作成業務負荷の軽減。
 - ⇒ マークダウン用の商品マスタの策定。仕入計上メッセージによる、「返品再仕入」対応。

2. 百貨店と取引先の重複業務や取引先持込端末の削減

~ 取引先とWin-Winの関係を構築 ~

- 同じ業務を百貨店と取引先の両方で行っている場合がある。
 - ⇒ POS売上や店頭在庫、店頭在庫移動など、情報共有に利用できるメッセージを作成。

3. 支払業務の効率化

~ コンプライアンスの強化へ ~

- 仕入計上や支払案内には、各社各様の内容が盛り込まれていて、売掛・買掛の消込が煩雑になる。
 - ⇒ 日々の仕入情報を通知するメッセージ(仕入計上)と締め日ごとの支払情報を 通知するメッセージ(支払案内)を標準化。経費などの複雑なコードも標準化。

4. 通信インフラの効率化

~ より速く、より安く ~

- 従来の通信は公衆回線を使っているため、インターネットに比べて割高。
 - ⇒ XML-EDIへ移行することによって、インターネットを利用(スーパー業界の例では通信費93.6%減)



流通BMSの実用化に向けた課題としては、(1)有効性の検証、(2)メッセージの精度 向上、(3)技術的課題の解決、(4)導入・運用コストの明確化、が必要と認識

1. 流通BMSの実用化に向けた課題

(1) 流通BMSの有効性の検証

- ◆ 流通BMSの実用化にあたっては、策定したビジネスモデルやメッセージが実用に耐えうるか、 検証を行う必要がある。
- 具体的な導入方法、メッセージの利用方法や項目のセット方法の確認とガイド
- ・ 送受信のタイミングやファイルサイズなど、実運用における問題点の洗い出しと改善策の検討
- ・ 次世代標準EDIの利用による導入効果の測定

(2) メッセージの精度向上

- ◆ 平成18年度、平成19年度の活動の中で、ペンディングとなっている内容について確定する必要がある。
 - ・ 商品分類コードの決定

(3) 技術的課題の解決

- ◆ 流通BMS導入における技術的課題を解決する必要がある。
 - XMLの有効性やメリットに関する調査、研究

通信プロトコルや証明書に関する詳細の把握

(4) 導入コスト、運用コストの明確化

- ◆ 流通BMSの導入にあたって、必要な費用を明確にする必要がある。

 - 移行に伴う作業やコストの把握実運用に伴う作業やコストの把握

平成18年度、平成19年度の標準化活動の残課題②

流通BMSの普及拡大に向けた課題としては、(1)対象商材拡大、(2)投資対効果の明確化などが必要と認識

2. 新たな標準EDIの普及拡大に向けた課題

- (1) 対象商材の拡大
 - ◆ 流通BMSをより広く利用してもらうために、アパレル・婦人靴以外の商材への対応の検討が必要。
- (2) 導入効果の拡大と投資対効果の明確化
 - ◆ 流通BMS導入によるメリットを拡大するための継続検討を行うとともに、投資対効果を明確にする必要がある。
 - ・ POS売上に顧客情報を入れ込むなど、導入メリットの拡大に向けた検討
 - ・ 実証の結果を踏まえた、投資対効果の定量化
- (3) 中小企業への拡大方策の検討、実施
 - ◆ 中小規模の百貨店、取引先が導入しやすいように、導入のハードルを下げる動きが必要。
 - インフラ面のハードルを下げるため、安価なパッケージの検討
- ASPの対応拡大やサービス拡張

- ・ 導入が簡易になるような手順書の作成と配布
- (4) 業界横断的な統合化
 - ◆ メッセージの統合化や維持、管理の方法について、業界横断的な検討を進める必要がある。
- (5) 制度の整備
 - ◆ 流通BMS普及の起爆剤となるような、<u>制度の整備や検討</u>が必要。
 - 将来的に次世代標準EDIが唯一の標準となるような、業界としての宣言と働きかけ
 - ・ 伝票レスに関する検討

JCA手順やWeb-EDIの扱いに関する指針

平成20年度の目的と活動概要

平成20年度は、(1)実用に向けた精度向上と導入効果の検証のための共同実証、(2)流通BMSの拡張性の検討、(3)実証の結果に応じた変更要求を実施

平成19年度事業との関連

- ◆百貨店次世代EDI
- メッセージの完成
- ·GDS、納品代行方針 整理
- ・実証に向けた 情報共有、啓発
- ◆業界構断的な検討
- ・スキーマ構造、 統一化方針の整理
- ・インフラ課題解決
- ・標準の維持に向けた 体制の整理
- ◆中小流通業者検討 (VAN·ASP)
- ・VAN・ASPの 役割整理

準備/前提条件 (~平成20年7月頃)

- ◆百貨店の実証参加企業決定
- ◆アパレル・靴卸の実証参加 企業決定
- ◆メッセージの精度向上、 残課題の解決
- ◆スキーマの構造が確定 (スキーマが提供される)
- ◆インフラ面の課題が解決
- ◆標準の維持・管理体制明確化
- ◆ASPの役割が整理される
- ◆実証の計画立案 (パターン・構成)

事 業 (~平成21年2月頃)

次世代EDIの普及・拡大を目指して、 以下の観点で事業に取り組む

■共同実証

(i)実用に値する精度向上を図る

複数のユーザ企業が流通ビジネスメッセージ標準の仕様の 妥当性と運用ルールの有効性を検証する。

(ii)導入効果を実証する

新たなEDI標準が将来広く普及することの確信と、普及促進のための課題を把握するために、流通BMSやその運用ルールの導入効果を確認する。

また、実装企業の対象商品カテゴリーの拡大や、今後導入検討を行う企業の採択判断のための指標として活用する。

■拡張性の検討

流通ビジネスメッセージ標準をより広く利用してもらうための検討や、導入メリットを拡大するための検討を行う。(中小流通業での適用に関する検討や、アパレル商材、婦人靴商材以外の商材での適用の検討など)

■変更要求

実証を通じて、標準メッセージへの変更の必要性が発生した場合、変更要求の検討や提出を行う。

• • etc



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

- 🌚 共同実証の進捗状況
 - ・実証企業の調整

小売:〇〇〇百貨店、・・・

、取引先:◇◇◇・・・

- ・共同実証の検討項目策定 検証項目例: △△△・・・・・・
- ・接続テスト(通信レベル) 「完了企業]?社/[実証企業]?社
- ・メッセージの精度検証
- ・期待効果の検証
- 拡張性検討の進捗状況
- 変更要求整理の進捗状況(共同実証の結果により取り纏める場合あり)

平成20年度の検討体制

百貨店と、取引先のアパレル、婦人靴業界が一堂に会して検討を推進

百貨店業界流通システム標準化委員会

- ・各WGにおいて検討、作成・策定された内容について、議論、検討を行い、 百貨店業界~取引業界間としてのオーソライズを行うことを目的とする。
- ·参加人数70人、参加企業/団体45社程度。

百貨店業界 流通BMS検討WG

- ・百貨店、アパレル、婦人靴など各業界を中心とした メンバで構成。
- ・実証に伴うメッセージの修正等の検討や変更要求を行う。
- ・次世代EDIの拡張に向けた課題検討を行う。
- ·参加人数70人、参加企業/団体45社程度。

共同実証WG

- ・共同実証を行うユーザ企業、 そのベンダ企業を中心としたメンバで構成。
- ・共同実証に向けた実施計画、技術検討、 調整作業を行う。
- ・共同実証における課題の管理・検討、 実証結果の評価を行う。
- ·参加人数10人、参加企業/団体10社程度。

平成20年度の参加企業

■ 百貨店業界流通システム標準化委員会の参加企業

百貨店業界代表企業	伊勢丹、小田急百貨店、京王百貨店、髙島屋、東急百貨店、 東武百貨店、松屋、ミレニアムリテイリング、丸広百貨店、大和、 松坂屋、近鉄百貨店、大丸、H20リテイリング、天満屋、井筒屋、丸井
アパレル業界代表企業	三陽商会、インパクト21、オンワード樫山、 サンエー・インターナショナル、トリンプ・インターナショナル・ジャパン、 ナイガイ、ダイドーリミテッド、レナウン、ワールド、ワコール、フランドル
婦人靴業界 代表企業	シンエイ、フィット東日本
納品代行 代表企業	東京納品代行、ワールドサプライ
関連団体	日本アパレル産業協会、繊維ファッションSCM推進協議会、 日本靴卸団体連合会、流通システム開発センター、 日本百貨店協会
システムベンダーなど	三越伊勢丹システム・ソリューションズ、富士通、日本ユニシス、 富士通総研、SFI、NTTコミュニケーションズ

平成20年度の実施スケジュール(事業開始時の計画)

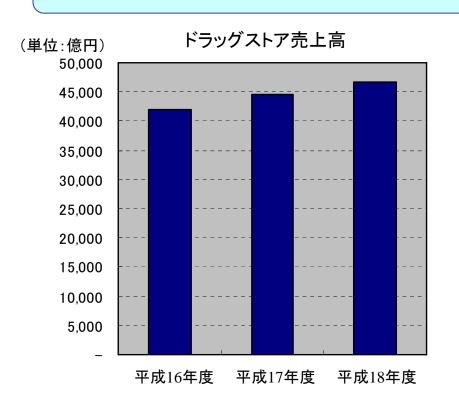
+ TO		平成20年							平成21年			
大項目	中項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
	百貨店業界 流通システム標準化委員会		0			()				0	
会議体	百貨店業界 流通ビジネスメッセージ標準検討WG		0		0	()		0		0	
	共同実証WG		0	0	0	0 0) C	0	0	0	0	
	共同実証のための準備											
共同実証	共同実証の実施											
成果の把握												
拡張性の検討												
変更要求												

1. スーパー業界の現状

2. 百貨店業界の現状

3. チェーンドラッグストア業界の現状

チェーンドラッグストア業界では、(1)業界標準システムの整備による業界全体としての更なる発展、(2)平成21年度初に完全施行予定の改正薬事法への対応の2点から標準化を推進



出所:日本チェーンドラッグストア協会

ドラッグストアの売上高は4.7兆円(平成18年) 全小売業の約2%の売上規模



中期的には10兆円産業を目指している

業界としてカテゴリーマネジメントに取組んできたが、更なる推進には業界標準システムインフラの整備が必要なことを強く意識

平成14年6月 ドラッグストアの正しい成長点を考える

平成15年2月 平成14年度事業として委員会発足

カテゴリーマネジメントの概要説明会

平成15年7月 カテゴリーマネジメントセミナー

平成16年2月 製配販から成る委員の共通認識化と報告会の開催

平成17年2月 食品スーパー業界におけるカテマネ取組み事例報告

平成18年2月 ドラッグストア業界におけるカテマネ取組み事例報告①

平成19年3月 ドラッグストア業界におけるカテマネ取組み事例報告②

平成20年2月 ドラッグストア業界におけるカテマネ取組み事例報告③



思うようにカテマネの取り組みが進まない...

業界標準システムインフラ(マスタ標準、EDI標準など)の不備が問題

標準化の必要性②: 改正薬事法への対応

改正薬事法施行後の店頭における適切な情報提供に向けて、説明 文書等に関する情報基盤の整備が必要

- 一般用医薬品をリスク別に3つに分類
- リスクの程度に応じて、消費者が必要十分な情報を得られる販売方法を導入
- 分類や販売資格の変更などの施策を段階的に実施、平成21年6月に完全施行

	第1類	第2類	第3類
情報提供	薬剤師	薬剤師	薬剤師
	(義務)	登録販売者	登録販売者
		(努力義務)	(義務、努力義務は
	説明文書	説明文書	定義されて無い)
相談応需	義務	義務	義務

改正薬事法 第三十六条の六

薬局開設者又は店舗販売業者は、その薬局又は店舗において第一類医薬品を販売し、又は授与する場合には、 厚生労働省令で定めるところにより、医薬品の販売又は授与に従事する薬剤師をして、厚生労働省令で定める事 項を記載した書面を用いて、その適正な使用のために必要な情報を提供させなければならない。

説明文書情報を含む商品情報共有基盤と、チェーンドラッグストア 業界に対応した流通BMSの開発と実用化を推進中

- ■平成21年4月の改正薬事法施行への円滑な対応だけでなく、店頭業務の効率化・高度化をも目指して、(1)~(3)を実施する。
 - (1)チェーンドラッグストア業界に対応した商品マスター項目標準案の策定と伝達方策の検討
 - (2)チェーンドラッグストア業界に対応したEDIメッセージ標準案の策定検討
 - (3)店内における情報提供プロセスと提供方策に関する検討

<18年度予備調査>

- ・チェーンドラッグ業界における 商品情報取得の現状と課題
- ・商品マスタデータ同期化 (GDS)により期待できる効果
- ・GDSのチェーンドラッグ業界へ の適用可能性

<19年度 標準化作業>

- ・商品マスター項目標準の策定 と伝達方策の検討
- ・EDIメッセージ標準の策定検討
- ・店内での情報提供プロセスと 提供方策の検討

標準案の策定

<20年度 共同実証>

- •技術開発
 - スキーマなど
- ・パイロットプロジェクト
 - •業務運用可能性実証
 - •技術実証
 - ·導入効果実証

共同実証を通じて正式版の確定を目指す

<21年度 実用化>

- •改正薬事法施行
- ・業務プロセス標準、商品 マスタ項目標準、EDI標 準の実用開始

平成20年度は、平成21年度からの実運用に向けた共同実証および 課題の整理を実施

■目的

- ●一般用医薬品等に係る商品マスター項目(説明文書に関する項目を含む)の検討による業界標準マスター項目の制定。
- ●商品マスタ情報の共有、および説明文書の伝達に関する共同 実証の実施による実運用可能性の確認。
- ●チェーンドラッグストア業界で必要となる流通ビジネスメッセージ標準案の制定。
- ●チェーンドラッグストア業界に対応した流通ビジネスメッセージ標準の共同実証実施による実運用可能性の確認。

チェーンドラッグストア、卸売業、医薬品メーカー、データーベース事業者、IT機器ベンダーなどの代表が集まって議論

チェーンドラッグストア業界流通システム標準 化検討委員会

ステアリングコミッティ(調整機関)

商品マスター項目標準及び説明文書に関 する検討WG (WG1)

検討テーマ

- ①商品マスター項目標準及び説明文書のマスタ項目の策定
- ②商品マスターデータの伝達に関する共同実証
- ③説明文書の伝達に関する共同実証

実行計画策定·評価TF

環境構築TF

流通ビジネスメッセージ標準に関する検討WG (WG2)

検討テーマ

- ①流通ビジネスメッセージ標準の策定
- ②流通ビジネスメッセージ標準の共同実証

実行計画策定·評価TF

環境構築TF

連携

WG:ワーキンググループ 各検討テーマにおける具体的な検討項目について検討を行う会議 TF:タスクフォース 検討項目のうち、特に、集中的な議論が必要な項目について検討を行う会議

業界横断的な標準化検討 メッセージメンテナンス部会 技術部会

平成20年度の実施体制:参加メンバー一覧①

■ チェーンドラッグストア業界流通システム標準化検討委員会 参加メンバー

業種など	チェーンドラッグストア業界流通システム標準化検討委員会
チェーンドラッグストア	(株)クスリのマルエ、(株)ニュードラッグ、(有)ヘルスサポートディエラ、(株)ユタカファーマシー、(株)龍生堂本店、(株)マツモトキヨシ、(株)カワチ薬品
卸売業	花王カスタマーマーケティング(株)、(株)大木、(株)パルタックKS、(株)麻友、ハリマ共和物産(株)、ピップトウキョウ(株)
医薬品、日用品等メーカー	第一三共ヘルスケア(株)、大正製薬(株)、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)
各種団体	日本医薬品登録販売者協会、日本置き薬協会、日本OTC医薬品協会
データベース事業者など	(株)プラネット、セルフメディケーションデータベースセンター、(株)ファイネット、(株)ジャパン・インフォレックス、(株)野村総合研究所
IT機器などメーカー	日本電気(株)、シャープシステムプロダクト(株)、(株)寺岡精工、東芝テック(株) 、タテヤマアドバンス(株)、(株)岡村製作所

平成20年度の実施体制:参加メンバー一覧②

■ 検討ワーキンググループ 参加メンバー

業種など	商品マスター項目標準及び説明文書 に関する検討WG	流通BMSに関する検討WG
チェーンドラッグストア	(株)ニュードラッグ、(有)ヘルスサポート ディエラ、(株)龍生堂本店、(株)マツモト キヨシ、中部薬品(株)、(株)ぱぱす、(株)杏 林堂薬局、(株)キリン堂	(株)ユタカファーマシー、(株)マツモトキョ シホールディングス、(株)イレブン、(株)カ ワチ薬品
卸売業	丹平中田㈱、シーエス薬品㈱、㈱大木 、㈱パルタックKS	(株)パルタックKS、花王カスタマーマー ケティング(株)、(株)大木
医薬品、日用品等メーカー	武田薬品工業㈱、佐藤製薬㈱	大正製薬(株)、興和新薬(株)、エスエス製薬(株)、全薬工業(株)
各種団体		
データベース事業者など	(株)プラネット、セルフメディケーションデータベースセンター、(株)ジャパン・インフォレックス	(株)プラネット、(株)CSKシステムズ
IT機器などメーカー	日本電気(株)、シャープシステムプロダ クト(株)、東芝テック(株)	

平成20年度の実施スケジュール

説明文書に関しては10月、商品マスタ情報の共有に関する実験は12月~1月、流通BMSは10月から、それぞれ共同実証を実施

	タスク			平成20年						平成21年				
		,,,,	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストン	改正薬事法の	指針				マパフ	ブリックコメン	ル(想定)						
							▽確定	定(想定)						
委員会					▼第1	回委員会(6/12)	▼第2	回委員会				▼第3[回委員会
ステアリングコミッティ					▼第1回会	€議(6/5)		▼第2回会	議				▼第3回会	議
	①商品マスター	-項目標準及び説明文書のマスタ項目の策定			Δ;	標準案の仮	浸め(実証	E対象分)						
		実行計画・評価計画の策定												
	② 苯□ →7	共同実証環境の構築												
	②商品マス ターデータの	共同実証サポート												
WG1	伝達に関する 共同実証	共同実証の実施									←	→		
商品マスター項		共同実証の評価												
目標準及び説明		報告書作成												
文書に関する検 討		実行計画・評価計画の策定				情	報提供方領	(店内)						
	③説明文書の	共同実証環境の構築						$\overline{}$	情	報伝達(DE ⊤	3~小売企	業)		
	伝達に関する	共同実証の実施						4	\rightarrow		←	→		
	共同実証	共同実証の評価												
		報告書作成												
	①流通ビジネス	スメッセージ標準の策定												
		実行計画・評価計画の策定							(Horac	 	人 类の、3 -	71		
WOO		共同実証環境の構築							相互	接続(参加:	企業のシステ			
WG2	②流通ビジネ	共同実証の実施							★			業務運用		
流通ヒジネスメッ セージ標準に関	■スメッセージ標									←	-			
する検討WG	準の共同実証	共同実証の評価												
		共同実証報告書、導入ガイドラインの作成												
		報告書作成												

説明文書情報用の標準項目は、厚生労働省の検討会報告書を元に検討して決定

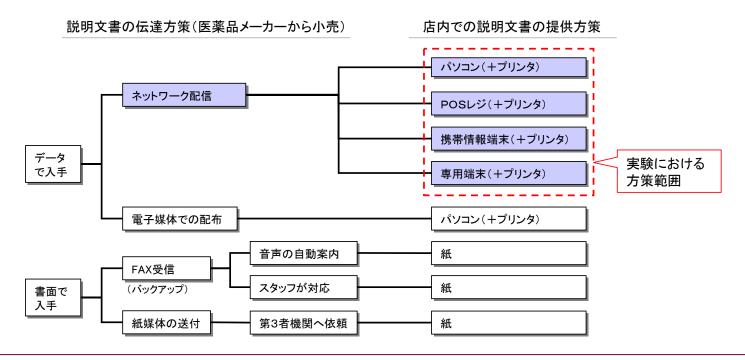
- ①説明文書に関するマスタ項目の策定
 - 厚生労働省「医薬品の販売等に係る体制及び環境整備に関する検討会」での検討が完了、報告書が公開された。
 - 公開された報告書をもとに、説明文書に関する商品マスタ項目標準案を検討。

説明文書のマスタ項目
一般用医薬品販売名
一般用医薬品販売名カナ
成分•分量
効能又は効果
用法及び用量
してはいけないこと
相談すること

説明文書情報の基盤整備に関する進捗状況

IT機器ベンダー等に店頭で使用する機器のプロトタイプを準備していただいて試用し、項目や機器要件の充分性などを評価

- ③説明文書の伝達に関する共同実証
 - 説明文書の提供に関する共同実証をIT機器ベンダー等の協力により実施。
 - 各社から提案された個々の機器/環境を評価するのではなく、機器に求められる要件として充分か、などの視点で評価

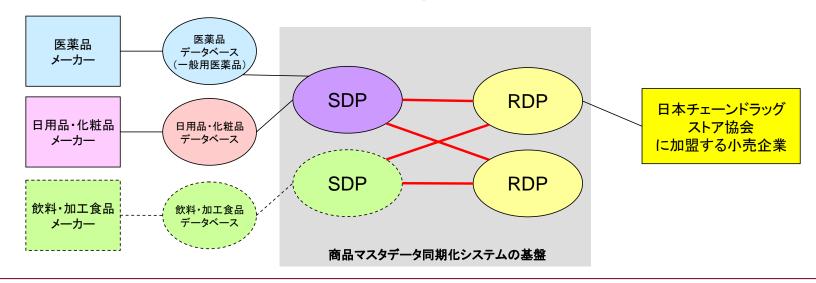


グロサリーを対象とする既存の標準マスタ項目に、業界固有項目として一般用医薬品区分などを追加

- ①商品マスター項目標準の策定
 - 1)医薬品区分
 - ◆標準マスタ項目として、リスク分類に対応した「一般用医薬品区分」という項目を持つことを決定。
 - →一般用医薬品以外(例:毒薬・劇薬、農薬等)については、「一般用医薬品区分」とは別の項目と持つ方針とすることを決定。
 - 2)説明文書の商品マスタ項目
 - ▶ 厚生労働省「医薬品の販売等に係る体制及び環境整備に関する検討会」での検討が完了。
 - ◆第7回検討会で配布された報告書案をもとに、説明文書に関する商品マスタ項目標準案を検討中。
 - ◆ 共同実証に使用する商品マスタ項目標準案を確定。

来年度以降の本格的なシステム接続実現の検討のために共同実 証を実施

- 2商品マスターデータの伝達に関する共同実証
 - 目的
 - 1)<u>商品マスター項目の標準案</u>が、適切に運用可能で、業務の改善・効率化に寄与することの確認
 - 2) <u>商品マスタデータの同期化</u>により商品マスタ登録業務の効率化、データ精度の向上等の効果が得られることの確認
 - 3) 商品マスタデータの同期化のシステムが技術面で正常に動作することの確認



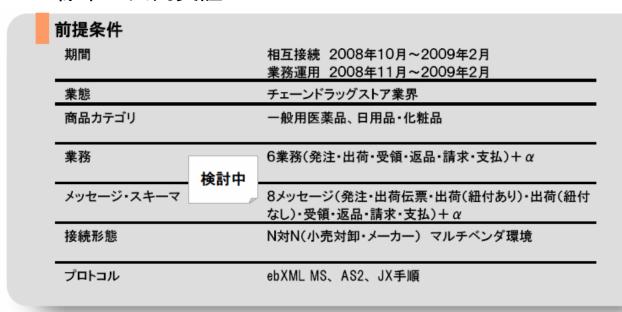
流通BMS Ver1.1をベースにチェーンドラッグストア業界で使用する際に必要な変更や新規メッセージについて検討中

- (1)流通ビジネスメッセージ標準の策定
 - 1)メッセージメンテナンス部会へのチェンジリクエスト提出
 - → 平成19年度検討結果をもとに、メッセージメンテナンス部会にチェンジリクエストを提出。
 - ▶発注、出荷メッセージで使用される「売単価」を「必須」から「任意」項目へ
 - 2)残課題となったメッセージ検討

検討項目	内容
受領訂正	「受領訂正メッセージ(卸・メーカー側)」
店別発注一総量納品	・「店別発注-総量納品プロセス」の運用プロセスの検討
返品•返品受領	・返品の業務モデルの策定 ・返品業務における課題の抽出 ・返品一返品受領メッセージの検討 (一般用医薬品は、日用品・化粧品及び飲料・加工食品に比べて、在庫回転率が低い。そのため、チェーンドラッグストア業界はスーパーマーケット業界に比べて返品率が高いという特徴がある。)
発注訂正	<u>・先付け発注</u> に対する発注訂正メッセージの検討 (シーズン初期にシーズン全体の発注を受けて納品し、各月ごとに販売された分だけ支払いを行うという商慣習がある)
受注確定	・販売許認可チェック後の受注確定メッセージの検討(発注メッセージとあわせて検討) (小売店から発注を受けた後、薬剤師がいる店舗でないと販売できない商品かどうかのチェックを行い、受注を確定する)

検討した流通BMSがチェーンドラッグストア業界で実用に耐えうることを確認するために共同実証を実施

- ②流通ビジネスメッセージ標準の共同実証:
 - 前提条件



目的

- →メッセージ精度の向上
- →普及拡大に向けた導入効果の検証
- →流通BMSのインフラ基盤に係る効果の検証

◆各業界における取り組みのまとめ

■ス一パ一業界

- 大手中堅GMS/スーパーと、その取引先間で、グロサリー、アパレル、生鮮(食肉)分野で既に 実用化されており普及・拡大期に入っている。
- 平成20年度は、これまでの活動をさらに進め、JCA手順メッセージからの早期移行および流通 BMSの普及拡大を基本方針として、新規メッセージの検討や中小向け普及策の検討、流通 BMSに対応した物流ラベル標準の制定などを推進している。

■ 百貨店業界

- 百貨店のビジネスモデルに対応した流通BMSの検討を進めており、本年度は、アパレル・婦人 靴分野で共同実証を予定している。
- 今後の普及拡大に向けて、対象商材の拡大、中小企業への普及方策などの検討も並行して 進めている。

■ チェーンドラッグストア業界

- 平成21年度初に予定されている改正薬事法の完全施行への対応として、説明文書に関するマスタ項目の標準化を進めている。また、同時に、説明文書以外の商品マスタ情報についてもグロサリー商品の標準マスタ項目をベースに検討を行っている。いずれについても本年度共同実証を予定している。
- 併せて、流通BMSに関してもチェーンドラッグストア対応版を検討中であり、本年度共同実証の 予定である。

流通BMS(Ver1.1)の導入と利用の概説

(財)流通システム開発センター

流通BMS(Ver1.1)の 導入と利用の概説

財団法人流通システム開発センター

本資料は 流通BMS導入ガイドライン(業界編) からの抜粋となります。

※ 流通BMS導入ガイドラインは、流通BMSを導入する企業のシステム企画部門の方々を対象に、 実装に向けてどのような準備をすればよいのか、どのような手順で進めるのか、どのようなことを考慮 する必要があるのかということを記述しています。 テキストは http://www.dsri.jp/scmpjt/public_info/bms_seminar.html からダウンロードすることができます。 併せて「概説 流通SCM」の内容を確認することで、導入ガイドラインの理解が深まります。 導入ガイドラインに記述されている用語は、「概説 流通SCM」の付録2、付録3を参照して下さい。 「概説 流通SCM」は、http://www.dsri.jp/scmpjt/about_project/scm.html からダウンロードすることができます。

普及のためのガイドやツール

流通BMSが提供しているガイドラインやツール類は以下のとおりです。



- (※)【対象メッセージ】
 - ・発注 / 出荷 / 出荷梱包(紐付けあり) / 出荷梱包(紐付けなし) / 受領 / 返品 / 請求 / 支払 / 値札 / 生鮮発注 / 生鮮出荷 / 生鮮受領 / 生鮮返品 / 集計表作成データ
- (※) 【XMLスキーマの配布パック】 ・アパレル対応パック / 生鮮メッセージパック

目 次

- 1. 導入の進め方
 - 1.1 導入の手順
 - 1.2 導入期間の目安
- 2. 導入判断のための検討
 - 2.1 導入判断のための検討
 - 2.2 既存手順との違い
 - 2.3 流通BMSの対象範囲の確認
 - 2. 4 導入効果
 - 2.5 投資対効果の試算
- 3. EDIシステム形態の選定
 - 3.1 考え方
- 4. システム構築
 - 4.1 構築上の注意点

- 5. 取引先との各種調整作業
 - 5.1 取引先との調整手段
 - 5.2 各種シートの記入方法
- 6. 本番移行に向けた取引先との調整
 - 6.1 接続確認テスト
 - 6.2 移行の考え方
- 7. 稼働後の留意点
 - 7.1 稼働後の留意点
 - 7.2 障害時の対応について

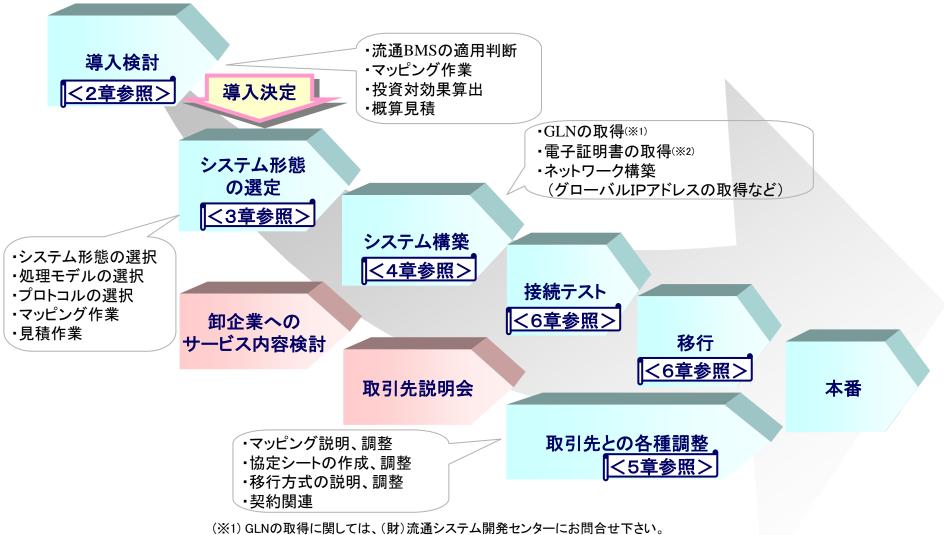
小売

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

1.1 導入の手順(1/2)

● 流通BMSの導入は以下のような手順で進めてください。 導入が決定したら、小売企業は卸企業に対するサービス内容を検討する必要があります。

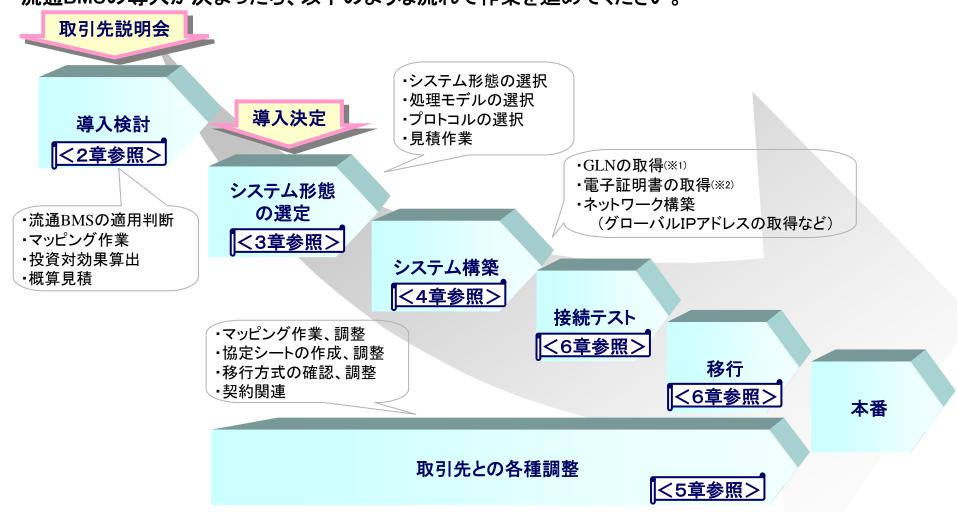
(※2) 流通業界共通認証局発行の電子証明書が必要です。



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

1.1 導入の手順 (2/2)

● 小売企業による取引先説明会の実施等がトリガーとなり、流通BMSの導入検討が始まります。 流通BMSの導入が決まったら、以下のような流れで作業を進めてください。



- (※1) GLNの取得に関しては、(財)流通システム開発センターにお問合せ下さい。
- (※2) 流通業界共通認証局発行の電子証明書が必要です。

1. 導入の進め方

1.2 導入期間の目安 (1/2)

● 下記は、流通BMSを初めて実装する場合の全体スケジュールのサンプルです。 システムの規模や実装の方法により異なりますが、処理モデルとしてサーバ型を導入する 場合は、目安として半年程度の期間が必要になります。

但し、取引先を追加する場合には、適用範囲を拡大するだけなので、期間は短縮されます。

マスタープラン(例)

マスタープラン(例)							
1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目 4ヶ月目 5ヶ月目		6ヶ月目	7ヶ月目以降		
① 導入検討 液藻PMS	② 社内調整	③基本設計	⑤詳細設計	開発・構築・テスト	⑩ 取引先と		
流通BMS の仕様理解	稟議と調達 PJ立上げ 要件定義	④取引先との調整	⑥ネットワーク設計	⑧ネットワーク構築	⑨取引先との EDI通信接続確認	業務運用確認 ⇒ 本番	
·流通BMS仕様	· · ·	•設計/開発/	デスト	社内システムにおける総合テスト			
・導入目的の明 ・全体計画策定		•GLNの有無確認(なければ取得) •電子証明書の取得 •ネットワーク構築			・取引先との接続テスト		
・自社シス 流通BM	ステムと ISのギャップ解析	•	-バー構築 ステムの改造	・取引先とのテストモード による並行運用			
	・システム形態の選択・マッピング作業		・取引先との調整			丁運用)	
	・開発内容明確化 ・RFP作成 ・稟議 (予算、人、物の研 ・調達の実施 ・PJ体制確立	・マッピン・	説明会 忍シートによる業務の↑ グシートによる新メッセ S協定シートによる通ん	ュージ形式の調整		・既存手順の 通信環境閉塞 ・本番モードへ	



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

1.2 導入期間の目安 (2/2)

● 下記は、流通BMSを初めて実装する場合の全体スケジュールのサンプルです。 システムの規模や実装の方法により異なりますが、処理モデルとしてクライアント型を導入 する場合は、目安として3ヶ月~4ヶ月程度の期間が必要になります。 但し、取引先を追加する場合には、適用範囲を拡大するだけなので、期間は短縮されます。

マスタープラン(例)

ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目以降	
D 算入検討 充通BMS	②要件定義 稟議と調達	④自社システムの改	z造の設計·開発	⑥取引先と ※ ※ 第 田	
D仕様理解	③取引先との調整		⑤取引先との EDI通信接続確認	業務運用確認 ⇒ 本番へ	
・体計画策定 自社システム 流通BMSの		・取引先との調整 (全保) ・取引先説明: ・共通確認シー ・マッピングシ	改造 ・社内システム ・取引先との持 ・取引分 による	たとのテストモード が立行運用(既存手 ・ ・ 条件の確認 ・ ジ形式の調整	

- 2. 導入判断のための検討
 - 2.1 導入判断のための検討 (1/2)



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

- 流通BMSを導入できるかどうかを検討する際には、以下のような内容について検討する必要があります。 それぞれの検討内容については、次ページを参照してください。
 - (1)流通BMSと既存手順との違いの理解
 - (2)流通BMSの対象範囲と自社状況の適合判定
 - (3)システム面における検討
 - (4)相対企業の確認
 - (5)コストの算出

対応可能

上記の内容について検討した結果、 自社の環境が流通BMSに対応できると判断した場合は 3章以降の説明に従い導入の準備を始めてください。

2. 導入判断のための検討

2. 1 導入判断のための検討 (2/2)

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

● 導入判断のためには、下記のような内容を検討する必要があります。

(1) 流通BMSと既存手順との違いの理解 (2.2参照)

- ・大きな違いは、通信インフラの変更(公衆回線からインターネットへ)とメッセージフォーマットが標準化されているということです。
- ・このような違いがあるため、流通BMSを導入するためには以下の(2)~(4)の内容について検討する必要があります。

(2) 流通BMSの対象範囲と自社状況の適合判定 (2.3参照)

- ・まず、流通BMSの対象範囲である業務プロセス/メッセージ/コードの内容を確認し、自社の業務面、システム面をどのように変更すべきかの検討を行います。 **く検討ポイント>**
 - ◆流通BMSの業務(発注、出荷、受領、返品、請求、支払)と自社の業務が適合するか?
 - ⇒商流/物流の両面から、自社業務に適合するかどうかを調査して下さい。この時、「運用ガイドライン」を参照することで、業務的な前提条件等を確認することができます。また、社内制度上の問題はないかどうかの検討も必要です。(例. 伝票レスを導入する場合の経理部門への確認 等)
 - ⇒流通BMSの対象外となっている業務への影響についても確認が必要です。伝票やSCMラベル等の対応付けを行い、物流業務の適合度も検討して下さい。
 - ◆流通BMSのメッセージ(発注、出荷、受領、返品、請求、支払、値札、集計表作成データなど)に対応できるか?
 - ⇒マッピング作業(既存フォーマットと流通BMSの新フォーマットの対応付け)を実施して下さい。(5. 2(2/2)参照)
 - この時、「運用ガイドライン」、「メッセージ別項目一覧」を参照することで、各メッセージのデータ項目の作成ルールなどを確認することができます。
 - ⇒標準メッセージ以外に、既存環境で使用しているメッセージの対応についての検討も必要です。(例. 流通BMSのインフラに乗せるか、既存環境に残すか等)

(3)システム面における検討

- ・流通BMSでは、インターネットが前提となっているため、その環境を準備できるかどうかの検討が必要です。新たに準備する場合や、既にインターネットに接続できる環境があってもセキュリティ面の強化等が必要となる場合もありますので、どのような対応が必要なのかをシステム部門に確認する必要があります。
- ・また、流通BMSを実装する場合に必要な機能を、自社開発するかパッケージを購入するかの検討も必要になります。
- ・上記(2)の検討結果から、既存システムの改修範囲についても検討して下さい。

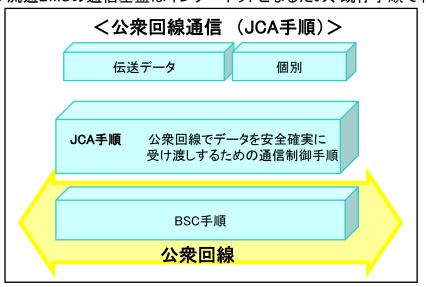
(4)相対企業の確認

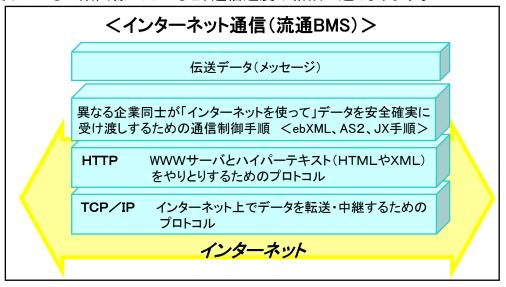
- ・流通BMSは、相対の両者間での実装が前提となるため、相対企業も流通BMSを導入しているか、または導入を検討しているかを確認する必要があります。 その際には、システム形態や処理モデル、使用しているスキーマのバージョンについても確認してください。
- (5)コストの算出 (2.4~2.5参照)
 - ・流通BMSを導入することでの投資対効果、及び導入費用を確認してください。

2. 導入判断のための検討

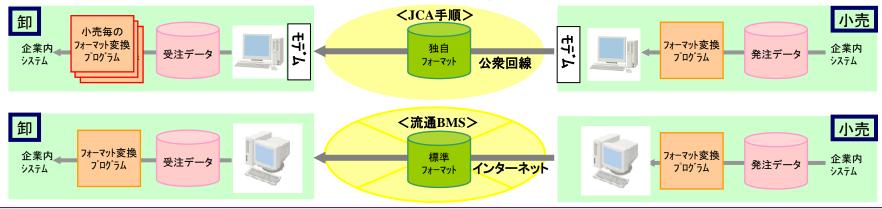
2.2 既存手順との違い

- 既存手順との大きな違いは、通信基盤とデータ表現形式が変わることです。
- ◆流通BMSの通信基盤はインターネットとなるため、既存手順で利用している公衆回線に比べると、通信速度は格段に速くなります。





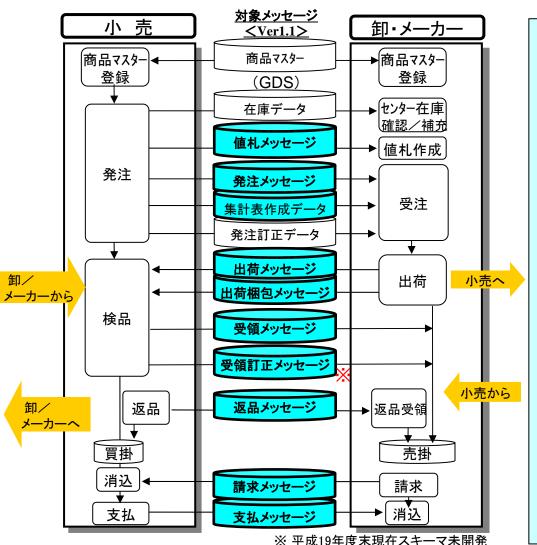
◆データ表現形式は固定長から可変長のXML形式となります。 また、フォーマットが統一されるため、小売企業毎の仕様に合わせた変換処理は不要になります。



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

2.3 流通BMSの対象範囲の確認

● 前述の、「(2)流通BMSの対象範囲と自社状況の適合判定」において、業務プロセス/メッセージ/コードの内容を確認する際には、下記の内容を参考にして下さい。



- ◆経済産業省における平成18年度~平成19年度の流通システム標準化事業により策定された「流通ビジネスメッセージ標準」の対象範囲は左の図に示す通りです。
- ◆下記は、スーパー業界を対象として策定されたメッセージ、 及びスキーマであり、総合スーパー(GMS)/食品スーパー 業界で主流の取引業務プロセスであるターンアラウンド型 の受発注業務プロセスに基づいて策定されたものです。 また、流通BMSにおける業務プロセスでは、「伝票レス」を対象 としています。

「伝票レス」については、「運用ガイドライン」を参照して下さい。

【メッセージ】

- •発注
- 出荷
- ・出荷梱包(紐付けあり)
- ・出荷梱包(紐付けなし)
- •受領
- •返品
- ▪請求
- •支払
- •値札
- ・集計表作成データ
- •生鮮発注
- •生鮮出荷
- -生鮮受領
- •生鮮返品

【XMLスキーマの配布パック】

- アパレル対応パック
- ・生鮮メッセージパック
- (メッセージ別項目一覧) (コードリスト一覧)

【ガイドライン】

- ・導入ガイドライン(概要編)
- ・導入ガイドライン(業界編)
- ・導入ガイドライン(システム編)
- 運用ガイドライン
- •通信プロトコル利用ガイドライン
- ·XMLテクニカルガイド

【その他】

- ・マッピングシート
- 流通BMS協定シート
- •CPA雛形

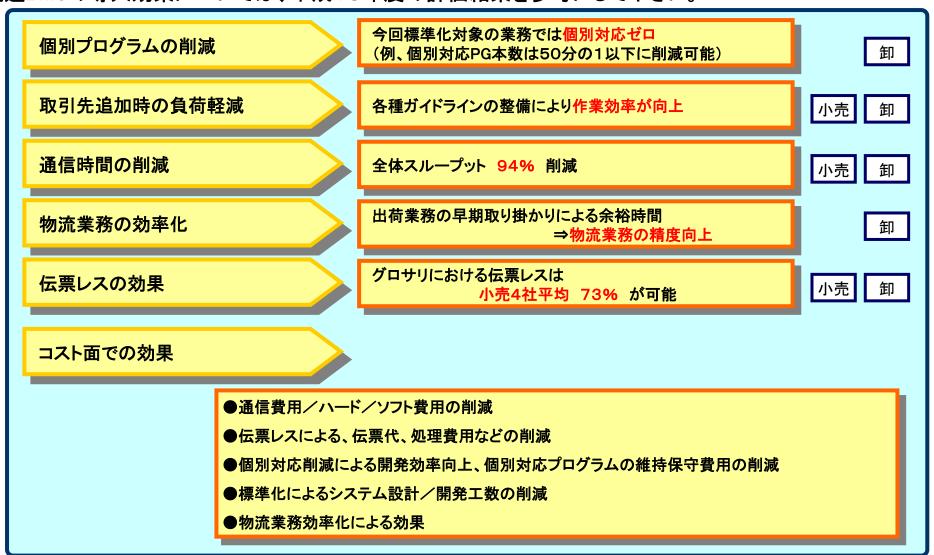
※上記の流通BMS関連資料については、http://www.dsri.jp/scmpjt/index.html から ダウンロードすることができます。

2. 導入判断のための検討

2. 4 導入効果

小売 卸 経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

● 流通BMSの導入効果については、平成18年度の評価結果を参考にして下さい。



※上記の平成18年度共同実証における評価結果の詳細内容については、からダウンロードすることができます。

2. 導入判断のための検討

2.5 投資対効果の試算



経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

→ コストメリットを試算する場合は、下記の内容を参考に検討して下さい。

比較項目	既存環境	流通BMS	備考
通信費用			・新たに敷設する場合は初期費用が必要 ・通信時間の削減による月額の通信費用の削減
ハード費用			・新規購入や増設の場合の初期費用が必要・保守費用の比較
ソフト費用			・パッケージや関連ソフトウエア、セキュリティソフトウエアが必要・保守費用の比較
標準化によるシステム設計/開発工数の削減			・取引先を追加する際も、標準フォーマットでの対応のため、追加は容易
個別対応削減による開発効率向上			
個別対応プログラムの維持保守費用の削減			
伝票レスによる処理費用等の削減			・小売メリット→処理費用(※)、運搬、保管のコスト削減 ・卸メリット ⇒伝票代、処理費用(※)、伝票印字、ハード、 プログラム開発のコスト削減 (※)処理費用とは、パンチ代やその他人件費、伝票処理に関わる費用 (受領書の処理など)
物流業務効率化による効果			通信時間削減によるメリット ・小売メリット⇒リードタイム短縮 ・卸メリット ⇒出荷までの時間的ゆとり、ミスの低減
計	Α	В	

上記の(A-B)の結果、及び流通BMS導入による定性的効果に基づき、投資対効果を検討して下さい。 その際は、<u>既存環境をすべて流通BMSに切替える完全移行後</u>も考慮して下さい。また、初回導入以降、 取引先の追加作業は、標準化により容易にできることも考慮して下さい。

3. EDIシステム形態の選定

小売 卸

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

3.1 考え方

- EDIシステム形態の特徴を比較し、自社に合ったシステム形態/処理モデル/通信プロトコルを選択します。
 - (1)システム形態の選択 く自社型モデル / アウトソーシング型モデル / VAN・ASP型モデル>

既存のシステム形態や取引データ量等を考慮し、システム形態を選択します。 また、アプリケーションを自社開発するのか、パッケージソフトを購入するのかの選択も必要になります。

(2) 処理モデルの選択 <S-S型モデル / S-C型モデル(サーバ) / S-C型モデル(クライアント)>

システム形態や取引データ量等を考慮し、処理モデルを選択します。
データ量算出の際は、取引量が最大の取引先データ量をもとに、ピーク時係数をかけて算出する必要があります。

(3)通信プロトコルの選択 〈ebXML / AS2 / JX手順〉

処理モデルや取引データ量等を考慮し、通信プロトコルを選択します。 詳細は、「導入ガイドライン(システム編)」を参照してください。

く選択の手順>



4. システム構築

4.1 システム構築上の注意点

小売 卸 経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

● システム構築の際は、以下の内容について考慮する必要があります。

◆取引先との調整

・システム構築にあたり、取引先との各種調整が必要になります。詳細は5章を参照してください。

◆既存システムへの影響範囲

・既存システムの改修が必要になります。また、マッピング作業(5.2(2/2)参照)に基づいて、基幹とのつなぎ部分の開発も必要となります。

◆任意項目の対応について

・メッセージ項目には、必須項目と任意項目があり、任意項目の使用は小売企業により異なります。そのため、卸企業は全ての任意項目 に対応できるようにしておく必要があります。

◆標準メッセージ以外のデータについて

・流通BMSでは、添付ファイルは添付しない仕様です。標準化予定のメッセージを送受信する場合は、メッセージ名称等について ルールに基づいて対応してください。

◆データ量の把握と大量データへの対応

・自社のデータ量は、最大取引先を基準に算出する必要があります。また、ピーク時や将来的なデータの伸び率を考慮する必要があります。また、大量データを扱う場合は、圧縮についての検討も必要です。

◆セキュリテイ対策

- ・流通BMSで利用するインターネット(TCP/IP網)関連のセキュリティについては、脅威とその対策が明確化されていますので、自社のセキュリティポリシーに基づいて対策範囲を検討する必要があります
- ・同様に、ウィルス対策やデータ管理等についても考慮することも必要です。

◆障害時対策

・システム障害時、及びインターネット障害時に備えたバックアップ環境、対応方針、体制等を検討しておく必要があります。 また、自社だけでなく、取引先の障害時にどのような対応をするのかも相対で検討が必要です。

◆準備するもの

・ハードウエアやソフトウエア等の準備以外にも、電子証明書(サーバ型の場合)やGLN、グローバルIPアドレス(サーバ型の場合)を取得する必要があります。これらは、申請から取得までに時間を要するため、余裕をもって準備することが必要です。 電子証明書やGLNについては、経済産業省事業事務局(相談窓口:(財)流通システム開発センター)に問い合わせて下さい。

5. 取引先との各種調整作業

5.1 取引先との調整手段



● 流通BMSの実装にあたり、小売企業と卸企業間では、以下のような順序、及びシートを利用して 業務面、システム面での各種調整作業を行います。

調整作業で使用する「マッピングシート」と「流通BMS協定シート」は、基本的に、小売企業が作成して、卸企業に提示します。

小売



調整内容に基づき、標準EDIシステムや業務システムを設定する。

1. 業務に関する前提条件等の確認行うため、 共通確認シートで同意をとる。



「流通BMS協定シート」 共通確認シート

2. 既存手順のフォーマットと流通BMSの新フォーマットとの対応付けをマッピングシートで確認。



マッピングシート

3. EDIサーバの設定に関する通信パラメータの合意をとる。 (基本は推奨値を使う)



「流通BMS協定シート」 通信パラメータ協定シート

4. EDIサーバを設定し、取引先と接続確認を行う。

卸



調整内容に基づき、標準EDIシステムや業務システムを設定する。

※上記の各種シートは、からダウンロードすることができます。

5. 取引先との各種調整作業 5. 2 各種シートの記入方法 (1/2)

小売 卸

・対象メッセージ種や商品カテゴリを記入し、業務フロー図を

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

● 共通確認シートの記入方法

NO	A) size	-ED		7 de ST	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	付して下さい。
	分類 対象メッセージ	項目 対象商品カテゴリ	()(象部門/取引先コード、コードリストの新旧対応表も必要です。
2	713677	適用業務(メッセージ種)	□ 発注 □ 出荷伝票 □		□ 出荷梱包(無) □ 受領	
_				_	- 17,128,000	
3		対象業務フロー	□ 添付ファイル有り		- IV文	票類は、平成19年度時点ではまだ標準化されていません。
4		対象となるデータ	□ 定番 □ 特売 □ 新		□ その他	って、伝票やSCMラベルをどのように対応するのかを、
5		対象となる取引先コード	()	※複数ある場合	~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~	付資料を使用するなどして詳しく記述して下さい。
6		対象となる部門	()		合は別紙 取引先コード	
7		コードリスト新旧対応表	□ 添付ファイル有り	// (X 3X 07 0 - 9) E		日付データの取扱いや、請求レスの対象とする条件など、
- 8	帳票類	持込帳票(納品時提出物)	(用に関する内容を記述して下さい。
Ĭ	TANKAR					害時の再送要求の方法や、受信データの制限値、圧縮有無
9		手書き伝票の扱い	電話受注分も伝票レス運用とする	Sonth? Yes		
			□ ASNに含める □	16 運用	タイムチャート	どについても記述して下さい。
10		伝票ラベルマッピングを添付	□ 添付ファイル有り		※別紙でも可	ASNの送信締め時間())
11		ラベル種類	(17	先日付データの有無と要因	特売・新店・受発注から納品までのリードタイム ()
12		ラベルマッピングを添付	□ 添付ファイル有り	18	請求レスの範囲	()
13	物流関係	納品形態	物流センター	19	障害対応	受注データの再送要求の仕方(
			・対象エリア(センター) (ASNの再送方法、エラーチェック時/誤送信の場合など
			・センター形態 □ TC・店別			再送はファイル単位か取引番号単位か?(
			·店舗直納 □ 無			再送データは追加型か上書き型か? (
14		梱包単位	□ 陳列場所コード単位 □]		(その他
15		納品時間	・定番/特売によって納品時間が			連絡先
			ケース/ボールによって納品時間			受信データ制限値 (MB)
			・特殊荷姿の有無			送信データ最大値 (MB)
			- カーゴリー別納品の確認			制限値以上のデータになる場合の対策 □ 圧縮 形式: zip・その他(
	. 幼口形能	や梱包単位、納品時	·胆 <i>ナ</i> : ビ			□ その他 ()
				20システム	スケジュール	テスト日程
	物沉倒理	望の情報を記入して下	-211°		※別紙でも可	平行期間
						本番日(メッセージ種別初回データ発生日)
	· 7	番稼働日やテスト期	間、切替方法			テスト方法
		ど、システム面の内		21	情報処理料	□ 無 □ 有 (料金体系:)
				22 その他	現状(既存手順)運用との相	違点 運用面の変更内容 ()
	別紙を添付しても構いません。			※オプション		

5. 取引先との各種調整作業 5. 2 各種シートの記入方法 (2/2)

小売 卸

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業



6. 本番に向けた取引先との調整

6.1 接続確認テストの考え方



● 流通BMSに準拠したEDIシステム構築後の、取引先との接続確認テストのステップを下記に示します。

〈フェーズ1〉通信環境の相互接続確認

相対間のEDIシステムが、接続できるかどうかを確認します。
(HTTPレベル、通信プロトコルの通信が正常に行えることを確認)

くフェーズ2>メッセージ送受信の相互接続確認

相対間のEDIシステムが、メッセージを送受信できるかどうか確認します。 (流通BMSのメッセージ交換を正常に行えることを確認)

〈フェーズ3〉業務システム間の接続確認(オプション)

業務システムまで含めて、メッセージを送受信できるかどうか確認します。 (標準プロセスに従った一連の流通BMSメッセージ交換を正常に行えることを確認)



6. 本番に向けた取引先との調整

6.2 移行の考え方 (1/3)



- 既存手順から流通BMSへ移行する場合、以下のような内容について考慮する必要があります。
 - ◆先付け発注分のデータをどのように切替えるか?
 - ⇒2つの推奨案(6.2参照)をもとに、移行方法を検討してください。 推奨案は、JCAからの切替を想定して記述されています。 両者の違いは、テストフラグの切替について、小売と卸のどちらがコントロールするのかという違いです。
 - ◆移行の単位をどうするか?
 - ⇒物流センター単位で切替えていくのか、あて先毎に切替えていくのか、というような切り替えの単位について 検討してください。
 - ◆伝票等の社内運用をどうするか?
 - ⇒伝票をなくす事により、物流センター・店舗・経理などの社内運用をどう変えるのか、また、システム的な対応がないか、といった内容について検討する必要があります。 (流通BMSの導入に合わせて、伝票レスの対応を行う場合)
 - ◆スケジュールについて
 - ⇒上記の内容について整理できたら、移行スケジュールや体制等を検討し、小売/卸間で、確認、調整して 進めてください。

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

6.2 移行の考え方 (2/3)

パターン1(小売コントロール)

既存

本番

納品指定日が「本番開始日(X日)」以降のテストデータは、 小売側にてテストフラグをOFFへ変更し送信する。

既存(本番)・ XML(テスト)並行 運用を開始。

並行本番開始日

既存

本番

「流通BMS本番開始日」以降が納品指定日 となる先付け発注について、 テストフラグOFFで送信開始。 デリバリ(発注〜受領)の 流通BMS運用開始。 既存方式での発注は終了。

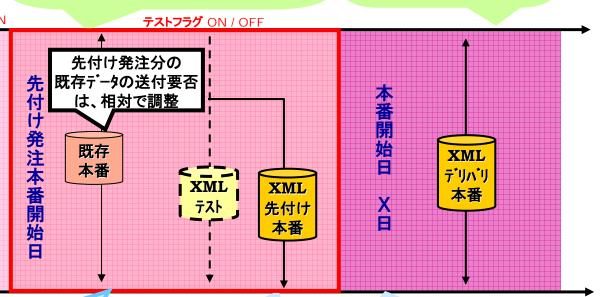
小売側

既存方式

テストフラグ ON

XML

↓ _テスト



卸側

既存(本番)・ XML(テスト)並行 運用を開始。 ※先付け発注分について、 既存・XMLで同じ本番データ が二重で渡るため、 注意が必要。

先付け発注分を XMLデータ(本番)で 受信する。

デリバリー系(発注~受領) の流通BMS運用開始。

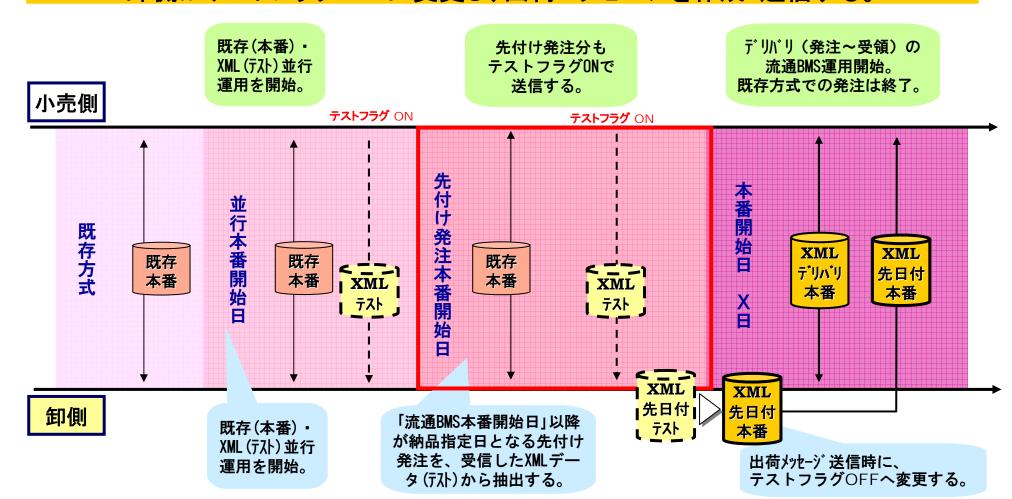
6. 本番に向けた取引先との調整 6. 2 移行の考え方 (3/3)

小売 卸

経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業

パターン2 (卸コントロール)

納品指定日が「本番開始日(X日)」以降のデータはテストデータから、 卸側がテストフラグOFFに変更し、出荷メッセージを作成・送信する。



7.1 稼働後の留意点

- 流通BMS実装後の留意点を下記に示します。
 - ◆メッセージ、スキーマのバージョン管理
 - 新しいメッセージ種が追加された場合の追加方法の検討
 - ⇒新たなメッセージ種が追加された場合は、マッピング作業を行い、自社システムへの適合性を調査、確認して下さい。 また、取引先との導入検討、及び調整を行って下さい。
 - ・スキーマがバージョンアップされた場合の切替方法の確認
 - ⇒使用しているスキーマがバージョンアップされた場合は、自社システムへ反映させる必要があるかどうか確認して下さい。 バージョンアップが必要な場合は、切替方法やスケジュールを検討し、相対間で調整して実施して下さい。
 - ⇒複数の取引先のスキーマバージョンが異なる場合等は、複数バージョンのスキーマを自社システムでどのように管理するか確認して下さい。
 - ◆電子証明書の運用
 - 電子証明書の有効期限
 - ⇒有効期限が切れると、メッセージの送受信ができなくなる可能性もあるため、その有効期限の管理は重要です。 また、自社の証明書だけでなく、取引先の証明書の有効期限も影響しますので、相対間での確認も必要となります。
 - 電子証明書の切替運用
 - ⇒証明書を切替る場合は、相対間で調整しながら実施して下さい。 切替方法は、複雑な作業となるため、その運用方法等については経済産業省事業で継続検討されています。(平成20年3月現在)
 - ◆システム障害時の対応
 - ・システム障害時のバックアップ環境、体制の確保
 - ⇒システム障害が発生した場合のバックアップ環境/体制については、十分な検討、準備が必要です。また、インターネット障害に 備えたバックアップ環境/体制の検討についても、忘れずに実施して下さい。
 - ⇒対応方法については、取引先との事前の取決めも必要です。詳細については、7.2を参照して下さい。

7. 稼働後の留意点

7.2 障害時の対応について

- 小売 卸 経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業
- システム障害時の対応方法を検討する際に、取引先と検討しておくべきポイントを下記に示します。
 - ◆取引時間帯の確認
 - ・流通BMS協定シートでの確認
 - ⇒「基本情報協定」で取決めた接続時間帯をもとに、その時間内に障害が発生した場合の詳細な対応方法を検討して下さい。 「共通確認シート」の障害対応欄に記述するとともに、追加すべき内容があれば添付資料等を作成して、相対間で確認して下さい。 必要があれば、相対間で契約書等を作成して下さい。
 - ◆連絡先の確認
 - ・流通BMS協定シートでの確認
 - ⇒「基本情報協定」の基本情報欄の担当者や連絡先などを確認しておく必要があります。
 - ・障害時の取引先との連絡リスト
 - ⇒「流通BMS協定シート」以外にも、必要があれば、連絡先や対応方法を整理した一覧表を作成することも有効です。
 - ◆請求/支払方法の確認
 - ・障害時の請求/支払方法
 - ⇒障害が発生した場合の発注は、発注データなしで行われる場合もあるので、発注から支払いまでのデータサイクルが通常と 異なる場合があります。
 - このため、このような状況で発注(納品)された商品についての、請求/支払方法について取り決めておく必要があります。
 - ◆障害を想定した訓練について
 - 障害訓練の実施
 - ⇒上記のような内容を取決めてあっても、実際に可能かどうかを確認する訓練は重要です。
 - ※上記は、システム面以外に検討しておくべき内容です。「GCIジャパンXML-EDI WG実装技術分科会」の資料を参考に作成しています。

参考資料

流通 SCM 基本用語集

(1)英文字略語

用語	概要説明
AS2	正式名称は、EDIINT AS2。Electronic Data Interchange-Internet Integration Applicability Statement 2 の略。IETF(インターネット技術の標準化組織)で標準化されたインターネット技術を活用したデータ交換技術標準仕様。⇒「インターネット通信手順」参照
ASN	Advanced Ship Notice の略。 EDI の事前出荷明細データのこと。商品が納入先に届く前に(事前に)商品の明細 データを送ることからこの名称が使われている。
ASP	Application Service Provider の略。 アプリケーションソフトウェアをインターネットを通じて顧客にレンタルサービスする事業者のこと。顧客は、Web ブラウザなどを通じて ASP が用意したアプリケーションソフトウェアを利用することになる。ASP によるサービスを利用することで顧客としては個々のアプリケーションソフトを自らインストールする必要がなくなるため、インストールやバージョンアップ対応のための手間やコストを削減できる。
BMS	Business Message Standards の略。 流通業界用の国際標準の EDI メッセージのこと。GS1 より仕様が公開されている。 GSMP でビジネスプロセスモデルが検討され、そのモデルを実現するために必要な メッセージ群を XML 文書構造で作成している。
CPFR	Collaborative Planning Forecasting Replenishment の略。 取引関係にある小売業と製造業が、商品の生産・在庫・販売関連の計画及び実績情報 を共有・分析して、需要の予測、在庫数量や発注数量の最適化を図る取り組みのこと。
CRM	Customer Relationship Management の略。 顧客に関する詳細かつ多面的な情報の管理を行い、顧客満足度を高めるなどして企業 と顧客との間の関係性を深く強固なものとし、その結果として収益性を高める活動の こと。
DC	Distribution Center の略。 在庫型物流センターのこと。
EAN	European Article Number の略。 1973 年に米国で制定された UPC を 1 桁拡張し、先頭 2 桁で国を識別することにより欧州における共通商品コードとしたもの。1977 年に制定された。⇒『国際 EAN協会』参照
ebXML	Electronic Business XML の略。 国連の EDI 関連組織により標準化作業が行われている国際標準 EDI 仕様群のこと。 通信手順やビジネスプロセスの定義方式等の標準仕様が公開されている。
ebXML MS	ebXML Message Service の略。 国連の EDI 標準化機関により標準化された ebXML (前出) の中の通信手順仕様のこと。⇒「インターネット通信手順」参照
ECR	Efficient Consumer Response の略。 製造段階から流通、販売に至るプロセスの全体に渡り効率化を図り、消費者のニーズ に的確・迅速に対応してサービスレベルを高める概念やシステムのこと。主にグロッ サリー(加工食品、日用品)業界で使用され、繊維・衣料業界では QR と呼ぶ。
EDI	Electronic Data Interchange の略。 異なる企業・組織間で、商取引に関連するデータを通信回線を介してコンピュータ間で交換すること。幅広い業界間で合意された標準仕様を利用することが普及のポイントとなる。

用語	概要説明
EOS	Electronic Ordering System の略。 電子的な補充発注システムのこと。1970年代に小売業の店舗~本部間で始まり、1980年の JCA 手順(J 手順)の制定により、小売業~取引先間に広まった。EOS は受発注業務の効率化を前提とした用語であり、取引業務全般の効率化を目指す EDI メッセージの『発注』とは使い分けている。
EPC	Electronic Product Code の略。 電子タグ (RFID) に書き込まれるユニークなコードのこと。EPC global ネットワークシステム (通常はインターネット経由で商品情報等の所在を検索し、当該商品情報が格納されているデータベースにアクセスする仕組み) において、その検索キーとして利用される。 EPC は、64bit または 96bit 体系を基本としており、タグデータフォーマットについては現在仕様開発が進められているが、商品コードについては GTIN (Global Trade Item Number)の適用が決まっている。
EPC global	GS1 及び GS1US が 2003 年秋に共同で発足させた非営利法人(正式名称 EPC global Inc.)。RFID 技術とネットワーク技術を組み合わせた EPC global ネットワークシステムを管理・運用する組織である。(財) 流通システム開発センターは、日本における EPC global 加入の窓口、及び加入促進・EPC global ネットワークシステムの導入支援を担っている。
GCI	Global Commerce Initiative の略。 消費財に関する国際的な商取引の円滑化を図るために、世界的な大手消費財メーカーと大手小売業によって 1999 年 10 月にパリで設立された標準化推進の任意組織のこと。小売業 16 社、消費財メーカー21 社がメンバーとなっており、日本からは、イオン、味の素、花王の3社が参加している。(2005年12月現在)
GDD	Global Data Dictionary の略。 GS1 の中で EDI 標準仕様を作成する際の基となるデータ項目群。BMS で定義された各メッセージ内で使用されているデータ項目は全て GDD として定義される。
GDS	Global Data Synchronization の略。 消費財メーカーから小売業へ商品マスタデータを伝達するための国際的に自動化・標準化された仕組みの総称。世界中に点在するデータプール(商品マスタデータの授受の窓口となるデータベース)と、世界でひとつのレジストリ(データプールに登録された商品情報のキー項目を管理し、利用者からの検索に応える電子索引簿)で構成される。
GDSN	Global Data Synchronization Network の略。 GDS を実現するために GS1 が運営している国際的なネットワークシステムのこと。 データ提供側(商品メーカーなど)が利用するソースデータプールと、データ要求側 (小売業など)が利用するレシピエントデータプール、及び世界で唯一のグローバル レジストリ間をインターネットでつなぎ、その間を標準化された手順と仕様でデータ を交換することにより、GDS を実現する。
GLN	Global Location Number の略。 EDI などに利用できる国際標準の企業・事業所コードのこと。1995 年に国際 EAN 協会(現 GS1)が制定した。JAN メーカーコードを利用した 13 桁の体系で、JAN コードで商品を表わすアイテムコード部分で企業の事業所等を表わす。
GPC	Global Product Classification の略。 GS1 が定める国際標準の商品分類コード。現在も仕様検討が続いており、商品カテゴリー単位に順次策定されている。ブリック (Brick) とアトリビュート (Attribute) から構成され、ブリックは国連の商品分類コード (UNSPSC) と連携を図る予定となっている。GDS システムにおいて GTIN、GLN などとともに商品検索のキーの一つとして利用される。

用語	概要説明
GRAI	Global Returnable Asset Identifier の略。 パレット、クレート、通い箱等サプライチェーン上を移動し、繰り返し利用される資産を識別するためのコード。
GS1	国際 EAN 協会の新たな組織名称で、2005 年に改称した。加盟国の組織名も GS1 〇 の呼称に統一している。(日本は GS1 Japan) なお、GS1 の "GS" は特定の用語 の略称ではなく、Global Standard、Global System、Global Synchronization など さまざまな意味が込められている。
GSMP	Global Standards Management Process の略。 GS1 における標準仕様策定、啓発、普及といった活動を、ユーザー中心に行うため の仕組みのこと。
GTIN	Global Trade Item Number の略。 EDI などで商品を識別するための国際標準商品コードのこと。GS1 が 2005 年から 普及促進を開始した。従来からの JAN コードや ITF コードを包含し、14 桁であら ゆる荷姿の商品を識別できるようにしたもの。日本では 2007 年 3 月から導入を開始 することとしており、そのための導入指針が 2005 年 4 月に流開センターから公開さ れている。なお、JAN バーシンボル表示 13 桁を変更する必要はない。
ITF	Inter-leaved Two of Five の略。 物流梱包の外装などに表示されているバーコードを ITF シンボルと呼ぶ。5 本のバー の中に必ず 2 本の太い黒バー(または白スペース)がある構造なので、このような名 称がつけられた。ITF シンボルで表わされる 14 桁のコードを ITF コードと呼ぶこと が多いが、正式には集合包装用商品コードと呼ぶ。
JAN	Japanese Article Number の略。日本の国コード (45,49) で始まる 13 桁の EAN コードを JAN コード、バーコードを JAN シンボルと呼ぶ。日本が国際 EAN 協会に加盟した 1978 年から国内における通称として使用されてきた。JIS 規格などで正式な呼称をつける時は「共通商品コード』と呼んでいる。(JIS X 0501)
JEDICOS	Japan EDI for Commerce Systems の略。 「流通業界における電子化取引標準化調査研究」事業の研究成果として、国際標準の 可変長 EDI メッセージ(UN/EDIFACT)とその流通業界向けサブセット(EANCOM) を基に開発を行った日本の流通業向けサブセットのこと。第 1 版は 1996 年度に開発 された。
JEDICOS-XML	XML 言語記述による EDI メッセージ群とメッセージ交換手順ガイドラインの総称。 XML-EDI の各種標準化動向および我が国における EDI の環境・現状動向を考慮し作成された EDI メッセージ群と、国際標準のひとつである ebXML により定義されている通信手順のガイドライン等で構成されている。
PLU	Price Look Up の略。 POS システムでスキャンした JAN コードをキーに PLU ファイルの価格を検索する 仕組みのこと。価格自動検索と呼ばれる。
Pub-Sub	Publication — Subscription の略。 GDS で商品マスタデータの提供者と利用者間で必要なデータを自動的に授受するための条件設定機能のこと。パブリケーション(公開)とは商品メーカーなどデータの送り手が自社の商品情報を登録したデータプール上で公開先などをコントロールするための機能、サブスクリプション(購読)とは小売業などデータの受け手が閲覧・入手したい商品情報の抽出条件(メーカーやカテゴリーなど)を指定する機能を表わす。

用語	概要説明
QR	Quick Response の略。 繊維・衣料品業界における生産・流通の効率化活動の総称。繊維・衣料品の流通は糸から始まって最終製品となるまでに半年以上の期間がかかるが、小売業における単品販売情報の収集と生産期間の短縮によって、見込み生産によるリスクを軽減するのが目的。繊維製品の輸入急増に危機感を抱いた米国繊維業界で1980年代半ばに提唱され、我が国でも1993年の新繊維ビジョン(通商産業省)に謳われるなど、90年代の繊維産業施策の中核となる考え方であった。
RDP	Recipient Datapool の略。 商品マスタデータ同期化ネットワークにおいて、商品情報を受け取る側のユーザー (例えば小売業)が利用するデータプール。ユーザーは RDP を通じて、自らが必要 とする商品情報の条件(例えば、ワインに関する商品情報がほしい、など)を登録し ておくことで、条件に該当する商品情報を半自動的に入手できるようになる。
RFID	Radio Frequency Identification の略で、電波を使って非接触で IC チップの中のデータを読み書きできる技術のこと。次世代の自動認識システムの一つとして注目されている。 \Rightarrow 「電子タグ」参照
SCM	Supply Chain Management の略。 企業活動の管理手法の一つであり、高度な情報技術を活用して実現される。ある商品 に係る資材や部品の調達から生産、在庫管理、配送・販売等までの上流から下流まで のプロセス全体を統合管理することで、全体最適化(在庫の適正化、業務コストの削 減等)を図る概念及びシステムのこと。
SDP	Source Datapool の略。 商品マスタデータ同期化ネットワークにおいて、商品情報を発信する側のユーザー (例えばメーカー)が利用するデータプール。ユーザーは SDP に対して、商品情報 を登録すると共に、商品情報の公開先条件(例えば、特定の小売業にのみ公開する、 など)、公開日付条件を登録することで、必要とする相手に必要な時期に商品情報を 公開することができるようになる。
SKU	Stock Keeping Unit の略。 在庫管理する商品単位のこと。一般に「単品」と呼ばれる単位のこと。アパレルではカラー/サイズの単位を SKU とするのが一般的。
SSCC	Serial Shipping Container Code の略。 輸送梱包単位(段ボール、パレット等)を個別管理するための 18 桁の連続番号。梱 包タイプ+企業コード(JAN メーカコード等)+出荷梱包番号+C/D で表される。
TC	Transfer Center の略。 通過型の物流センターのこと。
TCP/IP	Transmission Control Protocol / Internet Protocol の略。 インターネットの標準プロトコルであり、企業ネットワークでも標準プロトコルとして普及が進んでいる。 ネットワーク層に IP を、その上位のトランスポート層に TCP を使い、その上にアプリケーション・プロトコルとして Web で使われている HTTP (Hypertext transfer protocol) やメールで使われている SMTP (Simple mail transfer protocol) が動作している。
TM	Target Market の略。 GDS で、レジストリが管理するキー項目のひとつで、商品の販売先の国および地域を表わす。レジストリでは誰が登録した(GLN)、何という商品か(GTIN)だけでなく、どこ向けの商品か(TM)という条件を組み合せて商品のユニーク性を確立している。販売先の国ごとに異なる販売条件を登録できるようにするためである。

用語	概要説明
UCC	Uniform Code Council の略。 EAN コードの基になった米国・カナダにおける UPC のコード管理機関のこと。前身の組織が 1972 年に設立された後、1984 年に UCC に名称変更した。その後、2002年に国際 EAN 協会に加盟して組織統合を果たし、2005 年から GS1 US に名称変更している。
UPC	Universal Product Code の略。 米国・カナダにおける共通商品コードのこと。米国のグロッサリー業界ではチェック アウトの自動化を目指して、1969 年から統一商品コードの研究を行い、数社の提案 の中から、1973 年に 12 桁のコード体系とバーコードシンボルからなる UPC を選定 した。今日では、米国・カナダにおける EAN13 桁コードの受入れと GTIN14 桁の 導入(いずれも 2005 年から)によって、商品コードの国際統一が実現している。
VAN	Value Added Network の略。 企業間のデータ交換の仲介サービスを行う情報処理事業者のサービスのこと。1985 年の電気通信事業法の制定によって VAN 事業が自由化されると、業種ごとのデータ 交換サービスを行う業界 VAN や、地域の卸と小売業の受発注データ交換をサポート する地域 VAN が設立された。今日、これらの流通 VAN 事業者は新たなデータ種の 追加やインターネット EDI サービスの提供など、事業の拡大に向けた努力を継続し ている。
Web-EDI	主に中小企業が、取引先企業の商取引用サーバに対して、ウェブブラウザから簡単にアクセスし、EDIメッセージを送受信するシステムのこと。インターネットを活用した EDIシステムの名称として、「インターネット EDI」とほぼ同じ意味で用いられることも多いが、本来はインターネットのウェブ・ブラウザが持つ優れたユーザーインターフェースを活かして容易かつ安価に構築可能な EDI の仕組みを指す。
XML	eXtensible Markup Language の略。 文字情報などの言語仕様を定義するための言語。インターネットで一般的に使用されている HTML(Hypertext markup language)の欠点を改善し、拡張性を持たせた言語。HTMLの基となっている SGML(Standard generalized markup language)をベースに標準化されている。
XML スキーマ	XML 文書を処理するにあたって、処理対象の XML 文書の構成要素について、正しい並び順(構造) や取りうる値(属性) を記述したもの。XML スキーマ (schema) を用いることで、XML 文書の正しさをある程度まで自動的にチェックすることが可能になる。

(2)その他

(2)その他	
用語	概要説明
インターネット EDI	インターネットを活用した EDI システムの総称。ほぼ同じ意味で「Web-EDI (ウェブ EDI)」という言葉を用いられることも多い。 革新著しいインターネット技術を活かして構築される EDI の仕組みであり、従前の EDI システムと比べ、インターフェース性に優れ、高速かつ大容量の通信に対応可能、といった特徴を持つ。
インターネット通信手順	インターネットを利用して EDI 交換を行う際の標準的な通信手順のこと。 TCP/IP をベースに EDI メッセージを安全に搬送するための仕様群のことで、具体的には国際的に仕様が規定されている AS2 (前出) や ebXML MS (前出) を指す。
H 手順	1992年に通商産業省(現:経済産業省)により流通業界の新たな標準通信 手順として制定された。通信回線は ISDN 回線 (64Kbps) に対応し高速伝 送の実現に加え、漢字や画像データの伝送なども可能となった。
オープンシステム	外部仕様が公開された複数のメーカーのソフトウェア及びハードウェアを 組み合わせて構築されたコンピュータシステムのこと。システム構成の自 由度が増し、最適な仕組みを比較的安価に開発できるというメリットがあ る。
カテゴリーマネジメント	商品カテゴリー単位に販売及び在庫の管理を行い、売上高及び利益率を高める概念、手法のこと。消費者の消費行動や商品ニーズを踏まえて、商品カテゴリーの設定及び見直しをすることが鍵となる。
グロサリ	groceries。食品や日用雑貨品の総称。
グローバルレジストリ	GDSN (Global Data Synchronization Network) において、ある特定の商品または商品群の情報がどこのデータプールに登録されているかを検索するための機能。
国際 EAN 協会	米国の UPC 制定を受けて欧州 12ヵ国による共同研究が 1974年に始まり、1977年に UPC を拡張した 13 桁の EAN (European Article Numbering) 体系が確立した。その推進組織は当初、EAN association (EAN 協会) と呼ばれていたが、その後の国際的な広がりを踏まえて 1992年に EAN International (国際 EAN 協会) に改称した。2005年からは GS1 に改称している。
JX 手順	EDI メッセージ等を送受信する際に必要となる通信ソフトウェアのクライアントーサーバ間で使用される通信手順。インターネットに代表されるTCP/IP 網で、クライアント端末起動で相対するサーバへの送受信が行える。国際規格のSOAP-RPCを使用し、現在流通業界で主に使用されているJ手順と同等の機能を実現した通信手順である。平成15年度、18年度の経済産業省事業における実証実験及び共同実証で使用され、流通ビジネスメッセージ標準によるEDIをクライアントーサーバ型で運用する際の標準通信プロトコルとなっている。(サーバ同士による通信の際には、国際標準であるebXMLMS、AS2)
J 手順(JCA 手順)	1982年に通商産業省(現:経済産業省)により制定された流通業界の標準通信手順のこと。その基になったのは、1980年に日本チェーンストア協会(JCA)が制定した JCA 手順である。 使用可能な通信回線は公衆回線(2400bps)と DDX 回線(9600bps)である。漢字や画像データの伝送は不可。
ターンアラウンド	「行って帰ってくる」という意味。オンラインの発注データが取引先で複写式の統一伝票に印字され、その内容が仕入伝票として小売業に帰ってくること。発注時に小売業が指定した取引番号をキーに、納品数量の訂正と受領情報の共有を行うことで、請求・支払業務の効率化・正確化を図っている。T/A と略される。

用 語	概要説明
データプール (DP)	GDSN の利用者が商品マスタデータ同期化を行う際にデータ授受の窓口となるデータベースやエクスチェンジサービスのこと。商品メーカーの DPをソースデータプール、小売業の DPをレシピエントデータプールと呼ぶ。また、企業から見た自社指定の DPをホームデータプールと呼んでいる。GDSN においてはグローバルレジストリから認証を受けたデータプールのみがサービスを行うことができる。
電子タグ	商品の識別等に利用される微小な無線 IC チップに識別コード等のデータを記録・蓄積し、電波を用いて読取端末との間でデータを送受信する機能を持つタグの総称。IC タグ、RFID(Radio Frequency Identification)タグなどと呼ばれることがある。
伝票レス	EDI の電子データを使用することで、現在使用されている伝票の運用を見直し、法的に問題なく、ペーパー伝票を廃止すること。伝票出力や保管によるコストの削減(=システム開発原資)、請求・支払い業務の簡素化、などを目的とする。
トレーサビリティ	Traceability。Trace (追跡) と Ability (可能性) の合成語で「追跡可能性」 と呼ばれる。製品の個品単位やロット単位に識別番号をつけ、生産・流通の履歴を識別番号に対応したデータベース上で管理し、製品のユーザーに情報を提供したり、万一の事故の際に速やかに製品を回収するために導入される。典型的な例が BSE 発生を契機に導入された牛の個体識別に基づく「国産牛トレーサビリティシステム」である。
日本 GCI 推進協議会 (GCI ジャパン)	GCI の活動状況を把握することにより、我が国の関係企業が電子商取引に関わる国際的な動きに遅れをとることがないよう対処していくことを目的に 2002 年 4 月、GCI 研究会が発足、2005 年 4 月に日本 GCI 推進協議会(略称・GCI ジャパン)に改称した。会員は全部で80社にのぼっており、内訳は商品メーカー28社、卸・商社14社、小売7社、賛助会員(IT企業等)31社となっている。(2005年12月現在)
認証局	ユーザーが Web サイトなどを利用する際に、信頼できる相手であることを確認するために用いられる電子的な身分証明書(電子証明書)を発行し、管理する機関のこと。なお、認証局には不特定多数が利用することを前提とする電子証明書を発行、管理する「パブリック認証局」と、企業内や特定の取引先などある程度閉じた範囲で運用される「プライベート認証局」がある。
バックオフィス業務	バックエンド業務ともいい、企業や店舗の内部で行われ、顧客等の外部からは通常見えない業務のこと。接客業務などのフロントエンド業務に対する言葉である。
リターナブルアセット	ビールケース等のプラスチックコンテナ(通い箱)やパレットのように、 物流業務において使用された後に返却され、何度も繰り返し使用される運 搬用の資材のこと。
流通ビジネスメッセージ標準	XML 形式で記述した流通業界の新たな EDI 標準メッセージの総称。総合スーパー/食品スーパー業界の基本的な取引業務を対象にしたバージョン1.0のメッセージを平成19年4月にリリースし、順次、その対象業種・業態の拡大検討を行っている。流通BMSと略される場合もある。
レガシーシステム	オープンシステムが登場する以前に構築されたシステムのことで、特定メーカーの技術に依存している。オープンシステムを中心に考えた場合に、 既存システムをレガシーシステムと表現する場合がある。(「レガシー」と は「遺産」という意味)

<「流通ビジネスメッセージ標準 I関連資料のご案内>

●導入ガイドライン

流通ビジネスメッセージ標準(Ver 1.1)を自社に導入しようとする企業の担当者向けに、準備き内容や手順等を説明する資料。

●メッセージ項目一覧

流通ビジネスメッセージ標準(Ver 1.1)で使用されるデータ項目の一覧。全項目と各メッセー対応表、および各メッセージごとの項目の属性・定義・階層などを記述した一覧表とコードリスト成。

●運用ガイドライン

流通ビジネスメッセージ標準(Ver 1.1)で定義されている各メッセージ、およびデータ項目の「 を深く理解し、現行システムからの移行や新規システムの開発を行う際の解説資料。

●XMLテクニカルガイドライン

XMLスキーマ(Ver 1.1)を直接取り扱うアプリケーションの設計及び開発を行うための、メップ ジ構造などを詳細に説明する資料。

●インターネットを利用した通信プロトコル利用ガイドライン

流通ビジネスメッセージ標準をインターネットを使用して送受信する際に必要となる、通信プロルやセキュリティに関する標準仕様やパラメータ設定の推奨値を説明する資料。

上記資料は、下記URLに掲載されていますので、閲覧・ダウンロードすることができます。

<「流通BMS導入講座」 のご案内>

本講座は、スーパー業界を中心に検討されてきた流通BMSのVer.1.1の導入と利用について、詳細かつ具体的にご説明することを目的に、開催するものです。流通BMSの導入を検討されている方、あるいは流通BMSについてもっと詳しく知りたい方のご参加をお奨めいたします。

●開催日程と開催会場

開催日程: 平成21年1月まで、原則毎月1回(12月を除く) 開催会場: (財)流通システム開発センター 2階会議室

上記セミナーの予定プログラムと申込み受付は、下記URLに掲載されています。

平成20年度 流通システム標準化事業

普及説明会テキスト

財団法人 流通システム開発センター

〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ Tel 03-5414-8505 Fax 03-5414-8513

URL http://www.dsri.jp

上記URLから経済産業省「流通システム標準化事業」サイトに入れます。